

PLAN DE IMPORTACION DE PRODUCTOS DE HIGIENE Y LIMPIEZA INDUSTRIAL PARA  
LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MVM.

LAURA BELTRÁN VALENCIA

HÉCTOR FABIO RAMOS GONZÁLEZ

DIRECTOR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PROGRAMA MAESTRIA EN ADMINISTRACION ECONOMICA Y FINANCIERA

PEREIRA/RISARALDA

2016

PLAN DE IMPORTACION DE PRODUCTOS DE HIGIENE Y LIMPIEZA INDUSTRIAL PARA LA  
EMPRESA DISTRIBUCIONES MVM.

LAURA BELTRÁN VALENCIA

TRABAJO DE GRADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA ACCEDER AL TITULO DE MAGISTER EN  
ADMINISTRACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PROGRAMA MAESTRIA EN ADMINISTRACION ECONOMICA Y FINANCIERA

PEREIRA/RISARALDA

AÑO 2016

## RESUMEN

La economía del siglo XXI, a diferencia de las economías pasadas, se manifiesta bajo un nuevo escenario comercial internacional, las variables, macro económicas y micro económicas, cada vez son más interdependientes de los demás países y hoy día se hace relativamente imposible que un gobierno pueda estructurar su plan de gobierno sin pensar en los efectos que estos traerá o las consecuencias que generará a los países vecinos, o con los que se tenga alguna relación comercial o política.

A partir del año de 1991 se comenzó en el país a observar cambios en la economía, el gobierno nacional colombiano inicio un proceso de adaptación a esta tendencia económica mundial a través de una política comercial de apertura, convirtiéndose en el primer acercamiento de los empresarios nacionales con el mercado internacional, se pudo por primera vez tener una opción más diversa de proveedores con un portafolio más amplio de productos con mayores ventajas competitivas.

Por otra parte como adaptación internacional, están los procesos de integración económica internacional, los cuales consisten en la firma de una serie de tratados bilaterales, unilaterales o multilaterales, en ellos se reflejaban las intenciones de los gobiernos firmantes de integrar el comercio regional o internacional, pero para que dichos acuerdos tuvieran un resultado positivo, los empresarios debían de trabajar de la mano del gobierno nacional, razón por la cual se crearon ciertos planes de facilitación a las importaciones, ejemplo de ello, está el PLAN VALLEJO, PLAN VALLEJO JUNIOR, dichos planes buscaban ayudar a las empresas a importar materia prima exenta de impuestos de importación y beneficios de pago de impuestos en las actividades económicas internacionales.

Con base en lo anterior, se desarrolla un trabajo que identifique el potencial importador de la empresa Distribuciones MVM de Pereira, analizando en primera instancia los mercados potenciales para importar los productos de Higiene y Limpieza Industrial, identificando una serie de países con los cuales Colombia tiene algún acuerdo internacional, este análisis se desarrolla empleando una matriz de países que identifique el mercado de proveedores objetivo y los mercados secundarios y alternos, dicha matriz se estructura con base en las variables, políticas, económicas, sociales y comerciales, una vez identificado el mercado objetivo, se hace un análisis detallado del mercado objetivo arrojado por el estudio de países, en este caso se mira en detalle las características más importantes del mercado objetivo, tales como geografía, vías de acceso, política comercial, grado de integración económica internacional etc.

Una vez identificado el mercado objetivo y las particularidades del sector, se identifica todo el marco legal del sector importador colombiano y el proceso de importación desde los estados unidos, finalmente se presentan unas conclusiones producto del trabajo desarrollado y unas recomendaciones que deben de ser tenidas en cuenta por la empresa Distribuciones MVM .

## **ABSTRACT**

The economy of the twenty-one century, unlike the past economies, appears under a new international trade scenario, macro and micro economic variables are increasingly interdependent with other countries and today is relatively impossible for a government to structure a government plan without thinking about the effects or the consequences that will generate the countries of the neighborhood , or with any commercial or political relationship of the countries.

Beginning in 1991, the Colombian national government initiated a process of adaptation to this global economic trend through a commercial policy of openness, becoming the first approach of national entrepreneurs in the country to observe changes in the economy, with the international market, it was possible for the first time have a more diverse choice of suppliers with a broader portfolio of products with competitive advantages.

For the other hand as the international adaptation are the processes of international economic integration, which consist of signing a number of bilateral, unilateral or multilateral treaties, including the reflected intentions of the signatory governments to integrate regional or international trade in order to these agreements have a positive result, employers should work hand by hand with national government, because of it were created certain facilitation schemes to imports, example of this is the VALLEJO'S PLAN and VALLEJO JUNIOR'S PLAN, such plans look for help companies to import raw materials exempted from import taxes and tax benefits in international economic activities.

Based on the above, this work identifies the importer potential of the company Distribuciones MVM of Pereira, analyzing in first instance the potential markets for the Hygiene and Industrial Cleaning imported products , identifying a number of countries that Colombia has any international agreement, this analysis is performed using an array of countries identifying the target market suppliers and secondary and alternative markets, said matrix is structured based on the variables, political, economic, social and trade, once the objective market is identified , we make an detailed study thrown by the study of

countries, in this case look in detail the most important characteristics of the target market, such as geography, roads, trade policy and international economic integration.

Once identified the target market and the particularities of the sector, the entire legal framework of the Colombian import sector and the import process is identified from the United States, finally this developed work present some conclusions and recommendations that should be taken by the company Distribuciones MVC.

## **INTRODUCCION**

Las nuevas tendencias económicas en el mercado internacional, ha reflejado para los países en vía de desarrollo económico, una serie de oportunidades comerciales, a través de la exploración de nuevos mercados de proveedores, precios más bajos, diversas estructuras productivas y a su vez ventajas competitivas.

Desde la perspectiva de las tendencias de consumo de la población colombiana, se ha venido observando los cambios en el esquema de las empresas, las búsqueda de ventajas competitivas a través de la exploración de mercados extranjeros los cuales ofrecen productos mejorados en calidad, precios y tiempos de entrega; un ejemplo de ello se puede ver en las industrias de productos de belleza, de nutrición y de aseo personal, los cuales se han visto grandes oportunidades de importación en los mercados internacionales.

El presente proyecto ha analizado el sector de los productos de Higiene y Limpieza Industrial como uno de los sectores donde se puede obtener mayores ventajas competitivas mediante la internacionalización de la economía, la importancia de la investigación radica en identificar los países objetivo del sector, centrando la investigación a la empresa Distribuciones MVM de la ciudad de Pereira y como la empresa puede aprovechar estas oportunidades con miras en incrementar sus utilidades y ventajas competitivas a través de proveedores de mercados internacionales.

Es importante precisar que la investigación busca identificar y analizar el sector de los productos de Higiene y Limpieza industrial, explorar el mercado de proveedores y percibir sus fortalezas, debilidades, y las posibles oportunidades, identificará de igual forma el nuevo perfil empresarial y posteriormente diseñar un plan de importación que pueda ser implementado por la empresa Distribuciones MVM, donde se identifique las variables más importantes con respecto a la importación y por último, presentar las recomendaciones pertinentes para que sean tomadas en cuenta por la empresa para su aplicación.

## Tabla de Contenido

Capítulo I: Problema de Investigación .....	10
1.1 Antecedentes de la Idea.....	10
1.2 Situación del Problema .....	12
1.3 Definición del Problema .....	13
1.4 Hipótesis .....	14
1.5 Objetivo General.....	14
1.6 Objetivos específicos .....	14
1.7 Justificación .....	14
1.8 Beneficios .....	16
1.9 Limitaciones.....	16
Capítulo II: Marco de Referencia.....	16
2.1 Marco Teórico.....	16
2.1.1 Empresa.....	16
2.1.2 Clasificación de las Empresas.....	18
2.1.3 Productos de Higiene y Limpieza Industrial.....	19
2.1.4 Comercio exterior.....	20

2.1.5	Términos de negociación (INCOTERMS).....	20
2.1.6	Integración económica. ....	22
2.2	Marco Conceptual.....	25
2.2.1	Proceso de Importación.....	25
2.2.2	Factibilidad. ....	26
2.3	Marco Normativo.....	27
2.4	Marco Filosófico.....	31
2.5	Marco Situacional.....	32
2.6	Glosario.....	33
3	Capítulo III: Diseño Metodológico.....	38
3.1	Universo.....	39
3.2	Muestra.....	39
3.3	Delimitación del Estudio.....	39
3.3.1	Espacial.....	39
3.3.2	Demográfica.....	39
3.3.3	Temporal.....	39
3.3.4	Temática.....	40
3.4	Variables e indicadores del estudio.....	40

3.5	Instrumentos para la recolección de la información.....	41
3.6	Procesamiento y análisis de la información.....	42
4	Capítulo IV: Diagnóstico Obtenido .....	43
4.1	Selección de Mercado .....	43
4.1.1	Identificación de Productos.....	43
4.1.2	Análisis Cuantitativo.....	48
4.1.3	Análisis Cualitativo.....	62
4.2	Requisitos de una Importación.....	72
4.2.1	Logística.....	73
4.2.2	Políticas de transporte .....	79
5	Capítulo V: Propuesta .....	81
5.1	Costos y Procedimientos.....	81
5.1.1	Procedimiento comercial de la importación.....	81
6	Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones .....	90
6.1	Conclusiones .....	90
6.2	Recomendaciones.....	91
7	Bibliografía .....	93
8	Anexos .....	96



## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Términos Incoterms .....	22
Ilustración 2 Integración económica.....	24
Ilustración 3 Ubicación Pereira.....	32
Ilustración 4 Países exportadores: Partida Arancelaria 960390.....	50
Ilustración 5 Países exportadores: Partida Arancelaria 960310.....	52
Ilustración 6 Países exportadores: Partida Arancelaria 630710.....	52
Ilustración 7 Regímenes.....	71
Ilustración 8 Trámites Proceso de Importación .....	73
Ilustración 9 Puertos Marítimos .....	80
Tabla 1 Operacionalización de Variables .....	40
Tabla 2 Procesamiento y análisis de la información.....	42
Tabla 3 Países Fabricantes .....	49
Tabla 4 Países exportadores: Partida Arancelaria 960390.....	51
Tabla 5 Países exportadores: Partida Arancelaria 630710.....	53
Tabla 6 Cruce de países Pre- seleccionados .....	54
Tabla 7 Resultado de la puntuación de los bloques de países.....	61
Tabla 8 Mayores puntajes registrados.....	62
Tabla 9 Gravámenes de la Importación por Producto.....	86
Tabla 10 Margen de utilidad por producto .....	87
Tabla 11 Margen de utilidad competitiva .....	88
Tabla 12 Impuesto IVA .....	90

## **Capítulo I: Problema de Investigación**

### **Título**

PLAN DE IMPORTACION DE PRODUCTOS DE HIGIENE Y LIMPIEZA INDUSTRIAL  
PARA LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MVM.

### **Antecedentes de la Idea**

La fuerte competencia en el mercado es uno de los aspectos más notables que hoy en día preside el mundo de los negocios, es por esto que las empresas buscan constantemente la mejora continua y volverse cada vez más competitivas, factor determinante para garantizar su permanencia en el mercado, es por ello que se evidencia la necesidad de explorar mercados de adquisición en contraste con la necesidad de contar con productos de calidad, innovadores a precios más competitivos.

Las nuevas oportunidades de importación para la adquisición de productos de calidad a precios y tiempos de entrega minimizados es una ventaja competitiva para cualquier empresa en correspondencia con las nuevas realidades de los compradores las cuales se caracterizan por precios bajos, tecnología de punta y tiempos de entrega reducidos. La economía local específicamente en la ciudad de Pereira sin ser ajena al impacto de la globalización, ha comenzado a sentir los efectos de la incursión de empresas internacionales en el mercado Colombiano, las oportunidades y las amenazas hacen parte estratégica del proceso de internacionalización de la economía colombiana, presentándose en cada sector una serie de variables tanto positivas como negativas, las cuales cada empresa debe orientar sus decisiones y acciones en aprovechar las tendencias del mercado y en caso de no lograrlo simplemente desaparecer del mercado ante las nuevas realidades competitivas inherentes a las operaciones de la competitividad internacional del sector.

En la ciudad de Pereira existen sectores con oportunidades comerciales, los cuales a través de tratados de integración económica internacional y las nuevas tendencias de globalización, enmarcadas en los tratados de libre comercio, pueden vislumbrar nuevos mercados, segmentos, nichos, y clientes potenciales para diversificar el target de sus productos. Edgar Andrés Londoño en su documento “Política externa para la integración fronteriza a partir del caso de la triple frontera Brasil, Colombia y Perú en los gobiernos de Lula, Uribe y García (2006-2011)” indica que “Un país actúa en tres campos a partir de la armonización de las necesidades internas con posibilidades externas: el campo estratégico-militar, el de las relaciones económicas y el de los valores, o sea el del modelo y fin de vida de la sociedad. Esos campos tienen tres contextos diplomáticos: el de las grandes potencias, el regional y el contiguo, es decir, el correspondiente a la interacción entre los países que tienen frontera común (Lafer, 1987), la política exterior tiene como contexto de actuación las fronteras, siendo éstas un importante referente en la evaluación de esa política”, la autora de este trabajo concuerda con esta idea y es que la política externa de cada país es fundamental para la integración fronteriza ya que da a conocer los procesos de cooperación e integración política, los cuales están estrechamente relacionados con la política exterior y las relaciones con el vecindario y la región. Cabe resaltar que aunque los enfoques de política exterior y las orientaciones políticas sean distintas, se hace imprescindible que los mecanismos de integración fronteriza sean permanentes, primero porque constituyen un punto de partida de los procesos de integración regional y segundo porque el desarrollo local de las regiones de frontera exige un diálogo constante entre los países para la resolución de conflictos comunes, son cambiantes y dinámicas<sup>1</sup>.

El Periódico EL TIEMPO de Colombia, menciona que uno de los sectores más promisorios para la economía, es el sector de los Productos de Higiene, Seguridad y Limpieza Industrial haciendo énfasis en

---

<sup>1</sup> POLITICA EXTERNA PARA LA INTEGRACIÓN FRONTERIZA A PARTIR DEL CASO DE LA TRIPLE FRONTERA BRASIL COLOMBIA Y PERÚ EN LOS GOBIERNOS DE LULA, URIBE Y GARCÍA (2006-2011) (Niño, 2015)

elementos de protección, los cuales cumplen una función de gran relevancia y los cuales se encuentran contemplados en el código sustantivo del trabajo, Renán Alfonso Rojas, presidente ejecutivo del Consejo Colombiano de Seguridad señala :“Estos elementos se traducen en el mejoramiento de la productividad y por lo tanto en la rentabilidad del negocio, en la medida que no hay ausencia de los trabajadores por enfermedad o accidente, además de mejorar el clima organizacional" también agrega que "Hoy en día hay gran preocupación por la responsabilidad social corporativa, que significa que el empresario es el responsable de evitar daños no sólo en la salud de sus trabajadores, sino del medio ambiente y de la comunidad en donde opera", de allí se desprende la importancia de elaborar un plan de importación de Productos de Higiene y Limpieza Industrial para la empresa Distribuciones MVM S.A.S y de ampliar las importaciones de estos productos desde mercados internacionales.

La falta de conocimiento técnico de los empresarios frente a la integración económica y los lineamientos para realizar un proceso de importación ha sido una de las razones para que existan limitaciones en exploración de nuevos mercados y adquisición de nuevos productos competitivos desde otros lugares del mundo. Adicionalmente no se ha tenido en cuenta algunos métodos o teorías de importación que permitan llevar a cabo un proceso más estructurado y constituido que permita minimizar riesgos. Otro problema alrededor de estos procesos es la falta de diseño, formulación y estandarización del proceso de importación de las empresas desde un área especializada en comercio exterior y negociaciones internacionales, afectando así el éxito o eficiencia del proceso de importación.

### **Situación del Problema**

A lo largo de las últimas décadas se ha comentado sobre las consecuencias de la apertura económica y de la internacionalización de la economía colombiana, a través de los procesos de integración económica internacional, se discute el impacto en la economía colombiana en el corto plazo, mediano y largo plazo, los mercados internacionales los cuales hace un tiempo eran

inexplorados y con grandes barreras de entrada y salida se han convertido en opciones accesibles para conseguir productos de calidad con alta tecnología a precios competitivos.

Desafortunadamente, las empresas de la región no estaban preparadas para competir con nuevos mercados internacionales ni con mercados tan competitivos como los que se estaban presentando, que de manera ofensiva y contundente iniciaron su llegada al país afectando la estabilidad económica y comercial de las empresas locales, a través de productos de calidad a precios bajos; dicha falta de preparación conlleva al colapso de un alto número de empresas de la región que no podían competir con las grandes multinacionales, nuevos competidores, con nuevos esquemas comerciales, esquemas totalmente desconocidos para los empresarios de la región.

A pesar de lo anterior, no se ha desarrollado investigaciones formales relacionadas al verdadero impacto de la internacionalización en la economía Colombia y específicamente en la ciudad de Pereira.

Por otro lado en la ciudad de Pereira se trabajaron diversos sectores económicos, entre ellos café, flores, confecciones, electrónica y metalmecánica, no obstante la zona presenta una estructura económica productiva poco diversificada al mercado internacional, lo que lleva a considerar una gran oportunidad el desarrollo de un proyecto de investigación que plantee una nueva alternativa importadora para el sector.

### **Definición del Problema**

¿Cuál es el plan de importación de Productos de Higiene y Limpieza Industrial para la empresa distribuciones MVM de Pereira?

**Hipótesis**

El plan de importación de la empresa Distribuciones MVM S.A.S en la ciudad de Pereira, si es factible desde el enfoque de costos.

**Objetivo General**

Diseñar un plan de importación de Productos de Higiene y Limpieza Industrial para la empresa distribuciones MVM de Pereira.

**Objetivos específicos**

- Desarrollar una evaluación cuantitativa y cualitativa de los diferentes mercados a fin de identificar el país objetivo para importar los productos.
- Realizar la factibilidad económica de aplicar el plan de importación a la empresa Distribuciones MVM.

**Justificación**

Desde el inicio del proceso de internacionalización de la economía en el año de 1991, a través de la política de apertura económica colombiana, se ha observado aspectos tanto positivos como negativos, las cuales incluyen crecimiento y expansión de empresas regionales hasta la desaparición de mercado de muchas otras, pasando por un cambio fundamental en los hábitos de consumo de la población y liderado

por nuevas tendencias globalizadoras, como lo es la estandarización de las técnicas del comercio internacional.

Las nuevas realidades de la economía ha forzado a que los empresarios de la región tengan que competir con una serie de productos internos e importados, dicha situación ha causado un cambio en los hábitos de consumo del mercado, los empresarios regionales se enfrentan a una nueva manera de competir a escala internacional, donde se ofrece productos similares a precios bajos, presencia de productos sustitutos y con una amplia gama de posibilidades para el cliente, donde cada ofertante busca por encima de todo la competitividad de sus productos.

Es por ello la importancia de explorar mercados internacionales con la finalidad de obtener productos de calidad a precios competitivos que le permita a la empresa tener una ventaja competitiva en el mercado.

No obstante a lo anterior, los empresarios y empresas desconocen los modos de salida de un proceso de importación, la falta de preparación en el tema, el desconocimiento de las tendencias internacionales, el miedo entre otras variables, no han permitido que se aproveche las políticas importadoras del país y que se hagan favorables a los intereses de la macroeconomía colombiana ni a las economías regionales, razón por la cual se hace necesario desarrollar proyectos que busquen impulsar la economía de la ciudad de Pereira a través del aprovechamiento de las oportunidades que se presentan con la internacionalización de la economía y la exploración de mercados que pueden volver a la empresa local más competitiva en su sector, el presente trabajo busca diseñar así un plan importador para la empresa Distribuciones MVM S.A.S y aportar en la búsqueda de nuevos mercados de adquisición de Productos de Higiene y Limpieza Industrial.

## **Beneficios**

A mediano y largo plazo la empresa Distribuciones MVM S.A.S observará un beneficio en sus márgenes de utilidad, incremento de ventas, diversidad de portafolio, como también un mayor nivel de competitividad en sus productos lo que le permitirá evidenciar una ventaja competitiva en el mercado de Productos de Higiene y Limpieza Industrial en la ciudad de Pereira.

## **Limitaciones**

Se puede presentar inconvenientes al momento de obtener información por parte de la empresa Distribuciones MVM debido a sus políticas organizacionales.

## **Capítulo II: Marco de Referencia**

### **Marco Teórico**

A continuación se hará mención de algunas referencias teóricas importantes este trabajo:

#### **2.1.1 Empresa.**

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.S., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad"<sup>2</sup>, es el Conjunto de factores de producción coordinados, los cuales son recursos

---

<sup>2</sup><http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html#notas>(«DEFINICIÓN DE EMPRESA - PromoNegocios.net», s. f.)



de la sociedad que se utilizan en el proceso productivo, los cuales se dividen en tres grupos tierra, trabajo y capital<sup>3</sup>; cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se halle inmersa. En el sistema capitalista o de economía de mercado, que son los precios que se determinan según la oferta y demanda sin intervenciones reguladoras<sup>4</sup>, el fin de la empresa ha consistido tradicionalmente en la obtención del máximo beneficio o lucro, mientras que en las economías colectivistas con dirección centralizada el fin de la empresa ha consistido en cumplir los objetivos asignados en un plan más general, de ámbito nacional, regional o local. Esta concepción monista de los objetivos empresariales ha experimentado, sin embargo, cambios importantes en uno y otro sistema durante las últimas décadas, La imagen que habitualmente se tiene de la empresa suele corresponderse con sus aspectos accidentales o externos y no con su verdadero contenido. Pero la empresa es algo más que un simple conjunto de bienes materiales. La empresa es un sistema de coordinación central; una unidad de dirección o planificación<sup>5</sup>.

Es por esto que para la autora será un elemento importante que permitirá a la empresa Distribuciones MVM S.A.S, ser diferente y ofrecer atributos nuevos e innovadores a precios competitivos al sector de Productos de Higiene y Limpieza Industrial, a sus consumidores, y así lograr alcanzar mayores logros, satisfaciendo las necesidades existentes en el mercado.

---

<sup>3</sup> La gran Enciclopedia de Economía. Factores de producción [online]. [Cited 26 mar., 2015]. Available from Internet: <http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm>.

<sup>4</sup> La gran Enciclopedia de Economía. Economía de mercado [online]. [Cited 26 mar., 2015]. Available from Internet: <http://www.economia48.com/spa/d/economia-de-mercado/economia-de-mercado.htm>.

<sup>5</sup> <http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>. («Enciclopedia y Diccionario de Economía - Wirtschaftslexikon», s. f.)

### **2.1.2 Clasificación de las Empresas.**

La clasificación de las empresas según el Código de Comercio, y la Secretaría de Economía, una empresa se puede clasificar en tres grupos, que son las empresas Industriales, las Comerciales y las de Servicio.

Las empresas Industriales, La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Estas a su vez se clasifican en las extractivas, son las que se dedican exclusivamente a la extracción de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable, mientras que las manufactureras, son aquellas que transforman las materias primas en productos terminados, los cuales pueden ser bienes de consumo final, o bienes de producción. Y algunos ejemplos de las empresas industriales serian, textil, eléctrica, cinematográfica, azucarera, minera, entre otras.

Las empresas Comercial, son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra bienes o mercancías para la venta posterior. Sólo realizan procesos de intercambio, son establecimientos que se dedican a comprar y vender. Agregan el valor de distribución o la disponibilidad. Las empresas comerciales pueden ser mayoristas, minoristas o comisionistas. Las mayoristas, se dedican a la compra o venta de productos a gran escala, comúnmente a distribuidores minoristas. Los minoristas, venden productos en una escala mucho menor, ya sea directamente a consumidores, o a otras empresas minoristas o comisionistas. Y las comisionistas, como su nombre lo dice, se encargan de vender productos, recibiendo una comisión, la cual puede depender del precio previamente fijado por el proveedor, o por el precio final dado por el comisionista.

Y la empresa de Servicios, comercializan servicios profesionales o de cualquier tipo. Se caracterizan por llevar a cabo relaciones e interacciones sin importar los atributos físicos. Los servicios son relación, negociación, comunicación. Un servicio es una idea, es una información o una asesoría. Estos a su vez se pueden subdividir en sectores, como el Sector Educación, Sector Turismo, Sector Bancario, etc. Los servicios tienen tres características; intangibles: que no se pueden tocar, heterogéneos: que varían porque se llevan a cabo por persona y caducidad: que se tienen que usar cuando están disponibles<sup>6</sup>.

### **2.1.3 Productos de Higiene y Limpieza Industrial.**

Se considera como Productos de Higiene y Limpieza Industrial a “Aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad y propender por el cuidado de la maquinaria industrial e instalaciones, centros educativos, hospitalarios, etc., que cumple los siguientes requisitos:

1. Mercado: No está dirigido a productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.
2. Sistema de distribución y comercialización: Esta dirigido única y exclusivamente al sector industrial.
3. Composición: La cantidad de ingrediente activo es diferente en cuanto a concentración, con respecto a los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.
4. Uso del producto: Se realiza única y exclusivamente a través de máquinas, equipos o personal especializados.

---

<sup>6</sup> Itescam. Definición de empresa y su clasificación [online]. [Cited 26 mar., 2013]. Available from Internet: [www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r75589.DOCX](http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r75589.DOCX). Also available

Estos productos no se encuentran regulados dentro de un régimen de registros sanitarios, siempre y cuando se cumplan todas las 4 características anteriores<sup>7</sup>.

#### **2.1.4 Comercio exterior.**

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.<sup>8</sup>

#### **2.1.5 Términos de negociación (INCOTERMS).**

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen, esta selección influye sobre el costo del contrato o negociación. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Circular Externa DG-0100-284 del 23/10/2002 – Dirección General INVIMA(«Consulta de la Norma»: s. f.)

<sup>8</sup> Comercio y Aduanas <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioraduanas/116-que-es-comercio-exterior>(«Que Es Comercio Exterior», s. f.)

<sup>9</sup> <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>(«INCOTERMS incoterms terminos de negociacion en comercio exterior businesscol», s. f.)

Los Incoterms determinan los siguientes aspectos entre el comprador y el vendedor:

- Los Costos de la negociación Internacional en el proceso DFI
- Los Riesgos de la negociación Internacional en el proceso DFI
- Las responsabilidades de la negociación Internacional en el proceso DFI

A continuación se menciona los Términos de Negociación Internacional- INCOTERMS 2010:

#### GRUPO 1: Para cualquier modo de transporte

EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP, DDP

#### GRUPO 2: Transporte marítimo y vías navegables interiores

FAS, FOB, CFR, CIF

---



*Ilustración 1 Términos Incoterms<sup>10</sup>*

### 2.1.6 Integración económica.

Es el término usado para describir los distintos aspectos mediante los cuales las economías son integradas, también se conoce como el modelo por medio del cual los países pretenden beneficiarse mutuamente a través de la eliminación progresiva de barreras al comercio. Cuando la integración económica aumenta, las barreras al comercio entre mercados disminuyen. La economía más integrada o consolidada actualmente entre naciones independientes es la Unión Europea. La integración consiste en

<sup>10</sup> («Correo - [www.LegisComex.com](http://www.LegisComex.com)», s. f.)

eliminar, de manera progresiva, las fronteras económicas entre países. Tinbergen distingue entre integración negativa e integración positiva: las medidas negativas suponen eliminar los obstáculos que separan las economías, por ejemplo, suprimir los aranceles entre países miembros; las medidas positivas entrañan mecanismos de cooperación, por ejemplo, armonizar políticas macroeconómicas, que se van ampliando conforme la integración avanza y que resultan más complicadas de poner en práctica.

La tendencia de la economía mundial de moverse hacia regiones integradas económicamente, se debe al deseo de crear "acuerdos entre distintos países en una región geográfica con la finalidad de remover las barreras arancelarias y las barreras no arancelarias para permitir el libre flujo de bienes, servicios, y factores de producción entre esos países" tal como lo afirma el profesor Charles W.L.

El grado de integración económica puede categorizarse en seis estadios:

1. Zona preferencial de comercio.
2. Zona de libre comercio (Ejemplo: Pacto Andino).
3. Unión aduanera (Ejemplo: Comunidad Andina de las Naciones).
4. Mercado común (Ejemplo: Mercosur).
5. Unión económica y monetaria: que supone un mercado común, una moneda única y una uniformidad determinada en lo que concierne a políticas económicas.
6. Integración económica completa: Existe la unificación de políticas, fusionando sus economías y adoptan planes comunes. Existe una unificación monetaria, fiscal, social, de servicios, etc. Esta conlleva a crear una autoridad supranacional cuyas decisiones recaen sobre los estados miembros.

Para este proyecto es de gran importancia conocer los acuerdos internacionales de Colombia vigentes, a continuación se relacionan:



*Ilustración 2 Integración económica<sup>11</sup>*

<sup>11</sup> <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=11770>(«Acuerdos Comerciales y de Inversión», s. f.)



## **Marco Conceptual**

A continuación se relacionará el concepto de Proceso de Importación y de Factibilidad.

### **2.1.7 Proceso de Importación.**

Para el desarrollo de este proyecto es necesario recurrir a la definición de importación, tanto desde la óptica comercial la cual hace referencia a la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos.

Básicamente, en la importación, un país le adquiere bienes y productos a otro.

A su vez desde la perspectiva aduanera, el término importación hace referencia al traslado de manera formal y legal de productos que se fabrican en otro país y que son demandados para el consumo y el uso del país al que se llevan, los productos que se importan, ingresan al país de recepción a través de las fronteras y normalmente están sujetos al pago de cánones que establece el país en cuestión.<sup>12</sup>

Tomando como referencia el Decreto 390 de 2016, un proceso de importación es aquel que se inicia con la introducción de mercancías procedencia extranjera al territorio aduanero nacional cumpliendo las formalidades aduaneras previstas en el presente Decreto. Igualmente finaliza con el vencimiento de los términos establecidos en este Decreto para que se autorice su levante<sup>13</sup>.

El objetivo primordial de un proceso de importación es el de poder adquirir y disponer, productos y bienes que no se producen en un país y sí en otro, y que se consiguen más económicos en otra nación o son de mejor calidad y tecnología, es decir entre las ventajas estratégicas de este proceso se puede detallar la especialización de la mano de obra, las ventajas competitivas sobre el mercado, la diversificación de los riesgos de la operación y la disponibilidad de diversos productos.

---

<sup>12</sup> <http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php> («Definición de Importación», s. f.)

<sup>13</sup> («Microsoft Word - DECRETO 390 DE 2016 - Dec390\_2016.pdf», s. f.)

### **2.1.8 Factibilidad.**

Para el desarrollo de este proyecto es necesario recurrir al concepto factibilidad, la cual se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.<sup>14</sup> En este trabajo se va a enfatizar en la factibilidad económica.

La factibilidad económica incluye el análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Dentro de esta comparación se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Se calcula los costos de los productos de origen, costos logísticos y de transporte, aduaneros y demás costos aplicables a un proceso de importación.
- Se compara los costos del proceso de importación con la utilidad esperada para asegurarse que esta exceda los costos.

La factibilidad forma parte integral del plan importador al ser el componente que nos determina la viabilidad económica y financiera del proyecto de importación para los productos de higiene y limpieza industrial.

---

<sup>14</sup> <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/> («¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto? • GestioPolis», s. f.)

## Marco Normativo

Los requerimientos y normas establecidas por el INVIMA para la producción o comercialización de productos de aseo, higiene y limpieza se encuentran contemplados en *el decreto 1545 de 1998*. En el caso de materias primas o productos químicos los productos deben llevar en la etiqueta instrucciones de uso como productos de aseo, higiene y limpieza, a su vez se establece que este tipo de producto requiere registro sanitario y se clasificarán de acuerdo a la función indicada en la etiqueta. Por otra parte en el artículo 15 se indica las modalidades existentes para el registro sanitario, entre estas están:

- a) Fabricar y vender.
- b) Fabricar, importar y vender.
- c) Importar y vender.
- d) Importar, envasar y vender.
- e) Envasar y/o empacar.
- f) Importar, semielaborar y vender.
- g) Fabricar y exportar

En el ARTÍCULO 26 en relación con textos de los envases y empaques se establece que deberá figurar con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles, las siguientes menciones<sup>15</sup>:

- a) Nombre del producto.
- b) Nombre o razón social del fabricante y del responsable de la comercialización del producto en Colombia. Podrán utilizarse abreviaturas siempre y cuando pueda identificarse fácilmente la empresa. Deberá indicarse la ciudad y el país de origen.

---

<sup>15</sup> <https://www.invima.gov.co/>(«Inicio - Invima», s. f.)

- c) Contenido nominal en peso o en volumen.
- d) Número de lote o la referencia que permita la identificación de la fabricación.
- e) Composición básica.
- f) Instrucciones de uso, precauciones y advertencias que sean necesarias, de acuerdo con la categoría del producto.
- g) Número del registro sanitario.

En la ley 9 de 1979 se genero la primera aproximación real del gobierno a la protección del trabajador por lo cual se establecieron normas para preservar, conservar y mejorar la salud de los individuos en sus ocupaciones laborales señalando en su Artículo 81 que la salud de los individuos es una condición indispensable para el desarrollo socio económico del país, en la resolución 02400 DE 1979 se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo, entre ellas está el Artículo 1 el cual indica que debe prevalecer la higiene y la seguridad en todos los establecimientos de trabajo con el fin de preservar y mantener la salud física y mental y prevenir accidentes y enfermedades profesionales para mejorar el bienestar de los trabajadores en sus actividades laborales, a su vez en el Artículo 29 se menciona que todos los sitios de trabajo deben mantenerse en buenas condiciones de higiene y limpieza. Por otra parte en el Artículo 28 se establece que en toda empresa debe existir un programa de salud ocupacional de carácter permanente, el cual debe estar constituido por 4 elementos básicos: actividades de medicina preventiva, actividades de medicina del trabajo, seguridad industrial y actividades de higiene<sup>16</sup>.

Las empresas industriales e institucionales deben de cumplir con los requisitos de higiene y limpieza industrial que se contemplan en el marco legal y deben de informar y formar a su personal sobre el tema,

---

<sup>16</sup> <http://empresarialefectivo.blogspot.com.co/2013/06/marco-legal-salud-ocupacional-en.html>(«Marco Legal Salud Ocupacional En Colombia ~ GESTORES EMPRESARIALES (Emprendimiento Eficaz)», s. f.)

como también realizar la adquisición de los productos de higiene y limpieza periódicamente para el cumplimiento de la norma.

Para efectos de la aplicación de la legislación aduanera colombiana se hace necesario desarrollar y precisar algunos de los procedimientos, trámites, requisitos y términos establecidos en el Decreto 390 de 2016, EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, en uso de las facultades que le confiere el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución Política, con sujeción a las Leyes 1609 de 2013 y 7 de 1991, oído el Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior, y después de recibir la recomendación del Consejo Superior de Comercio Exterior, y CONSIDERANDO: Que es necesario armonizar la regulación aduanera con los convenios internacionales, particularmente con las normas de la Comunidad Andina y el Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto Revisado de la Organización Mundial de Aduanas. Que como resultado de la revisión de política comercial del país ante la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se recomendó la promulgación e implementación de una nueva regulación aduanera. Que se requiere compilar, modernizar, simplificar y adecuar la regulación aduanera a las mejores prácticas internacionales, para facilitar el comercio exterior y el cumplimiento de los compromisos adquiridos por el país dentro de los acuerdos comerciales. Que la Decisión 618 de 2005 de la Comunidad Andina dispone para los países miembros la necesidad de adecuar su normativa aduanera a los principios, normas y recomendaciones establecidos en el Anexo General del Protocolo de Enmienda del Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto Revisado. Que es propósito del Gobierno Nacional avanzar en la sistematización de los procedimientos aduaneros. Que se requiere fortalecer los criterios de gestión de riesgo en el ejercicio del control aduanero, en orden a neutralizar las conductas de contrabando y lavado de activos, prevenir el riesgo ambiental y la violación de los derechos de propiedad intelectual, defender la salud, garantizar la seguridad en fronteras y, en general, la seguridad de la cadena logística. Que es necesario adecuar los procedimientos de control a la realidad del país y a las modernas tendencias del Derecho. Que el Comité

de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior, en sesión 253 del 19 de febrero de 2013, recomendó la expedición de dicha regulación.

Que, así mismo, el Consejo Superior de Comercio Exterior, en sesión del 1 de abril de 2013, consideró la propuesta de modificación a la regulación aduanera, como una estrategia más en la lucha contra el contrabando, y en sesión del 31 de marzo de 2014 recomendó su expedición. Que en cumplimiento de lo dispuesto en el numeral 8 del artículo 8 de la Ley 1437 de 2011, el proyecto fue publicado en el sitio web de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales en diversas oportunidades durante los años 2012, 2013, 2014 Y 2015.

Decreto 4927 de 2011 "Por el cual se adopta el Arancel de Aduanas y otras disposiciones" EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA En uso de las facultades conferidas por el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución Política con sujeción a las normas generales previstas en las Leyes 6a. de 1971 y 7a. de 1991, Y CONSIDERANDO: Que la Ley 6a. de 1971, establece las normas generales a que debe someterse el Gobierno Nacional al modificar el Arancel de Aduanas cuando se trate, entre otros aspectos, de la actualización de la Nomenclatura, sus Reglas Generales para la Interpretación y Notas Legales, así como de la reestructuración de los desdoblamientos.

La resolución 8 del 2000 Por la cual se compendia el régimen de cambios internacionales. LA JUNTA DIRECTIVA DEL BANCO DE LA REPUBLICA, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las que le confieren los artículos 371 y 372 de la Constitución Política, el artículo 16 literales h.e i. de la Ley 31 de 1992, y en concordancia con el Decreto 1735 de 1993, esta resolución establece los términos de las declaraciones de cambio (DCIN 83), la conservación de documentos en las operaciones internacionales y las características de los pagos de la actividad, entre otros.

El Decreto 925 de 2013 "Por el cual se establecen disposiciones relacionadas con las solicitudes de registro y licencia de importación" EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA En

ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución Política, con sujeción a lo establecido en la ley 7 de 1991 y previa recomendación del Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior,

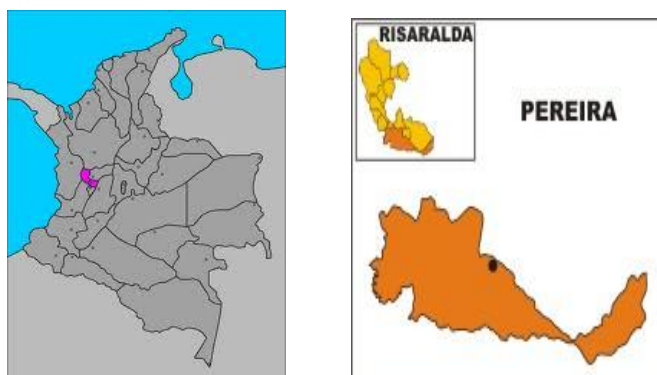
CONSIDERANDO Que en virtud del artículo 20, numeral 2 del Decreto ley 210 de 2003 es función del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establecer los trámites, requisitos y registros ordinarios aplicables a las importaciones de bienes, servicios y tecnología. Que el Decreto 4149 de 2004 asignó al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la administración de la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE-, a través de la cual las entidades administrativas comparten información y los usuarios realizan trámites de autorizaciones, permisos, certificaciones o vistos buenos previos exigidos para la realización de operaciones específicas de importación y exportación.

### **Marco Filosófico**

El plan de importación para productos de Higiene y limpieza industrial tiene como finalidad impulsar la economía de la ciudad de Pereira a través del aprovechamiento de las oportunidades que se presentan con la internacionalización de la economía y la exploración de mercados que pueden volver a la empresa local más competitiva en su sector, y aportar en la búsqueda de nuevos mercados globales de adquisición de Productos de Higiene y Limpieza Industrial.

## Marco Situacional

Pereira es una ciudad y municipio del departamento de Risaralda perteneciente a la República de Colombia. Es la ciudad más poblada de la región del Eje cafetero, cuenta con 951.953 habitantes<sup>17</sup>. El Municipio de Pereira está localizado a 4 grados 49 minutos de latitud norte, 75 grados 42 minutos de longitud y 1.411 metros sobre el nivel del mar; en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, lo ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unido vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacionales.<sup>18</sup>



*Ilustración 3 Ubicación Pereira<sup>19</sup>*

---

<sup>17</sup> <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Risaralda%2015.pdf>

<sup>18</sup> Alcaldía de Pereira. Localización [online]. [Cited 26 mar., 2015]. Available from Internet: [http://portal.pereira.gov.co:7778/portal/page?\\_pageid=78,22854&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://portal.pereira.gov.co:7778/portal/page?_pageid=78,22854&_dad=portal&_schema=PORTAL).



Actualmente en la ciudad de Pereira existen diversas empresas de productos de higiene y limpieza industrial, entendiendo como empresa un órgano comercial, para este caso dedicado a la comercialización de productos de higiene y limpieza industrial, es decir en el mercado hay un gran número de competidores luchando todo el tiempo por capturar mayor cobertura del mercado objetivo, compitiendo con precios bajos y productos de calidad y con tecnología de punta, entre las más reconocidas son Latexport S.A.S, empresa de Guarne, Antioquia la cual lleva en el mercado desde 1996, es una empresa que fabrica y comercializa guantes, láminas, y otros productos en látex en una amplia gama de usos, además de productos para seguridad industrial, médicos, odontológicos y otros productos afines, que llegan a las diferentes industrias y canales de comercialización en el mercado colombiano, bajo las marcas: ECO, LATEXPORT y CLEANY<sup>20</sup>.

Proveer<sup>21</sup> es otra de las compañías que lidera el mercado de productos de Aseo, desechables y papelería en el sector institucional e industrial en el eje cafetero, la cual tiene cobertura en todo el país pero con un mayor enfoque y atención en el eje cafetero, cuenta con alta infraestructura y precios competitivos. A su vez esta la empresa Distrimas del eje Cafetero S.A, la cual es una empresa de la ciudad de Pereira que ha venido conquistando terreno en el eje cafetero debido a su diversidad de productos y precios competitivos.

## **Glosario**

Los siguientes términos fueron consultados en la página de la Dian y en el Decreto 390 de 2016:

- **Importación**

Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional.

También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de un depósito

---

<sup>20</sup> <http://www.latexport.com/latexpor/pg1385/sp/httpwwwlatexportcomlatexporpg1385spancla#ancla>(«Latexport, látex, láminas, productos de látex», s. f.)

<sup>21</sup> <http://www.proveer.com.co/>(«PROVEER S.A.S. INSTITUCIONAL», s. f.)

franco de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en este Decreto.

- **Levante**

Es la autorización de la administración aduanera para continuar con el proceso de pago y retiro de las mercancías, como resultado de la aplicación de criterios basados en técnicas de análisis de riesgo, ya sea de manera automática o una vez establecida la conformidad entre lo declarado y lo verificado, de forma física o documental, previo el cumplimiento de los requisitos legales y el otorgamiento de garantía cuando a ello haya lugar.

- **Operación Aduanera**

Toda actividad de embarque, desembarque, entrada, salida, traslado, circulación y almacenamiento de las mercancías objeto de comercio internacional, sujeta al control aduanero.

- **Administración Aduanera**

El órgano de la Administración Pública competente en el territorio aduanero nacional para llevar a cabo las formalidades aduaneras a efectos de cumplir con la legislación aduanera, recaudar los derechos e impuestos, tasas y cualquier otro recargo percibido por la aduana, aplicar otras leyes y reglamentos, relativos a los destinos, regímenes y operaciones aduaneras, y ejercer el control y la potestad aduaneras.

- **Declaración Aduanera**

Es el acto o documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero específico aplicable a las mercancías y suministra los elementos e información que la autoridad requiere.

- **Manifiesto de Carga**

Es el documento que contiene la relación de todos los bultos que comprende la carga, incluida la mercancía a granel, a bordo del medio de transporte y que va a ser cargada o descargada en un puerto o aeropuerto, o ingresada o exportada por un paso de frontera, excepto los efectos correspondientes a pasajeros y tripulantes.

- **Mercancía**

Son todos los bienes susceptibles de ser clasificados en la nomenclatura arancelaria y sujetos a control aduanero.

- **Aforo**

Es la actuación que realiza la autoridad aduanera con el fin de verificar la naturaleza, descripción, estado, cantidad, peso y medida, así como el origen, valor y clasificación arancelaria de las mercancías, para la correcta determinación de los derechos e impuestos y cualquier otro recargo percibido por la aduana, y para asegurar el cumplimiento de la legislación aduanera y demás disposiciones, cuya aplicación o ejecución sean de competencia o responsabilidad de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

- **Acuerdo Comercial**

Entendimiento bilateral, plurilateral o multinacional entre Estados, que puede ser de cooperación internacional o de integración internacional. A efectos de la aplicación de este Decreto en materia de origen, comprende principalmente los tratados de libre comercio, los acuerdos de promoción comercial y los acuerdos de alcance parcial, suscritos por Colombia, que se encuentren vigentes o en aplicación provisional.

- **Carga**

Conjunto de mercancías que son objeto de una operación de transporte desde un puerto, aeropuerto, terminal terrestre o lugar de entrega, con destino a otro puerto, aeropuerto, terminal terrestre o lugar de destino, amparadas en un documento de transporte.

- **Declarante**

Persona natural o jurídica que realiza una declaración de mercancías a nombre propio o en cuyo nombre se realiza la declaración mencionada.

- **Declaración Aduanera**

Es el acto o documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero específico aplicable a las mercancías y suministra los elementos e información que la autoridad aduanera requiere.

- **Derecho de Aduanas**

Los derechos establecidos en el arancel de aduana, a los cuales se encuentran sometidas las mercancías, tanto a la entrada como a la salida del territorio aduanero nacional, cuando haya lugar a ello.

- **Reconocimiento de mercancías**

El examen físico de las mercancías realizado por la autoridad aduanera para comprobar que la naturaleza, origen, estado, cantidad, valor, peso, medida y la clasificación arancelaria de las mismas, correspondan a la información contenida en la declaración aduanera de mercancías y los documentos que la sustentan.

- **Desaduanamiento**

El cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para permitir a las mercancías, importarlas para el consumo, ser exportadas o ser sometidas a otro régimen aduanero. Para los regímenes de importación, depósito aduanero y tránsito, comprende desde la presentación de la declaración aduanera hasta la culminación del régimen y para el régimen de exportación, desde el ingreso de la mercancía al lugar de embarque hasta la culminación del régimen.

Cualquier referencia de la expresión “Nacionalización” en otras normas, debe entenderse como “Desaduanamiento” en la importación de mercancías que quedan en libre circulación.

- **Lista de Empaque**

Documento comercial que tiene por objeto detallar las mercancías contenidas en cada bulto.

- **Agentes Aduaneros**

Son las personas jurídicas autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para ejercer actividades auxiliares de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio, cuya licencia lo habilita ante el Servicio Nacional de Aduanas para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

- **Producto de limpieza de uso industrial**

Es aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad y propender por el cuidado de la maquinaria industrial e instalaciones, centros educativos, hospitalarios, etc.<sup>22</sup>

- **Producto de Higiene industrial**

Es aquella formulación que posee acción desinfectante demostrable y puede o no reunir las condiciones de los productos de aseo y limpieza<sup>23</sup>.

- **Necesidades de los consumidores**

Es la sensación de carencia de un bien o servicio que está ligado al deseo de la satisfacción de la misma<sup>24</sup>.

- **Punto de equilibrio**

Es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades<sup>25</sup>.

- **Presupuesto**

Es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo de tiempo los objetivos propuestos, se expresa en términos monetarios<sup>26</sup>.

- **Competitividad**

Es la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado en medio de la competencia con otras empresas (Alic, 1997). La competitividad específicamente la industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más

<sup>22</sup> <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=9241>

<sup>23</sup> <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=9241>

<sup>24</sup> Escuela de Admon. Comportamiento de compra del consumidor [online]. [Cited 26 mar., 2013] Available from Internet: <http://www.slideshare.net/jukasa/necesidades-del-consumidor>.

<sup>25</sup> ORTIZ VARGA, Gilberto. Punto de equilibrio [online]. 7 Septiembre 2008 [cited 26 mar., 2013]. Available from Internet: <http://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>.

<sup>26</sup> Emprende pyme. ¿Qué es un presupuesto? [online]. [Cited 26 mar., 2013]. Available from Internet: <http://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>.

atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores donde el juez final es el mercado (European Management Forum, 1980)<sup>27</sup>.

### **Capítulo III: Diseño Metodológico**

#### **Método de investigación**

El método de investigación que se utilizara es el científico.

Asumiendo como método científico aquel que se refiere a la serie de etapas que hay que recorrer para obtener un conocimiento válido desde el punto de vista científico, utilizando para esto instrumentos que resulten fiables<sup>28</sup>. Lo que se busca con este método es minimizar la influencia de la subjetividad del científico en el trabajo, ya que este método busca el camino, la vía del conocimiento, no de cualquier conocimiento en general, sino de los conocimientos ubicados dentro del rigor de la ciencia y de la tecnología.

#### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se llevara a cabo será aplicada.

La autora de este trabajo asume investigación aplicada como la utilización de los conocimientos que se adquieren en la práctica, pretende desarrollar soluciones a problemas prácticos<sup>29</sup>.

#### **Tipo de estudio**

El tipo de estudio que se llevará a cabo será de tipo descriptivo.

---

<sup>27</sup> <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>

<sup>28</sup> Metodología de la Investigación: perso.wanadoo.es/aniorte\_nic/progr\_asignat\_met\_investigac4.htm («Metodología de la Investigación», s. f.)

<sup>29</sup> Scribd. Tipos de investigación [online]. [Cited 26 mar., 2013]. Available from Internet: <http://es.scribd.com/doc/14985751/Tipos-de-investigacion>. Also available («Tipos de investigación», s. f.)

Asumiendo como descriptivo el estudio que busca medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

Según Dankhe<sup>30</sup> (1986) el estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

### **Universo**

El universo de este proyecto son los países oferta de mercado para los Productos de Higiene y Limpieza Industrial.

### **Muestra**

La muestra de este proyecto son los países preseleccionados para el estudio cuantitativo y cualitativo, calificados como productores y oferentes de productos de Higiene y Limpieza Industrial.

### **Delimitación del Estudio**

#### **3.1.1 Espacial.**

El proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Pereira, Risaralda.

#### **3.1.2 Demográfica.**

Este proyecto se diseñara enfocado en la empresa Distribuciones MVM S.A.S

#### **3.1.3 Temporal.**

El período de realización del proyecto será entre Marzo de 2016 y Octubre de 2016, es decir este proyecto se llevará a cabo en 8 meses.

---

<sup>30</sup> Investigación en gestión de las organizaciones («Microsoft Word - el\_proceso\_de\_investigacion - el\_proceso\_de\_investigacion.pdf», s. f.)

### 3.1.4 Temática.

El proyecto se enfoca en el diseño de un plan de importación de la empresa Distribuciones MVM S.A.S en la ciudad de Pereira.

#### Variables e indicadores del estudio

VARIABLES	DESCRIPCION	CLASIFICACION	ESCALA	INDICADOR	SUBVARIABLE
TLC	Tratados, acuerdos o integraciones económicas vigentes que permite reducción de costos aduaneros.	Cualitativa Ordinal	SI/NO	Rango de escala	
Término de Negociación Iconterm	Cláusulas de precio y responsabilidades de una negociación internacional.	Cualitativa ordinal	EXW FCA CPT CIP DDP DAP DAT FAS FOB CFR CIF		
Oferta Internacional	Clasificación de proveedores según las necesidades de la demanda interna.	Cuantitativa Intervalar	Números enteros	Números enteros	*Capacidad instalada *Diversidad de portafolio. *Factores macroeconómicos. *Indicadores demográficos
Requisitos de importación	Procesos y requisitos necesarios para realizar el proceso de importación de un producto.	Cualitativa Ordinal	Riguroso Medianament e riguroso Poco riguroso	Rango de escala	*Licencias y permisos *Trámites legales y de nacionalización.

Tabla 1 Operacionalización de Variables



### ✓ Operacionalización

VARIABLES	CLASIFICACION	FUENTE
TLC	Cualitativa Ordinal	DANE - Min Comercio, Industria y Turismo
Término de Negociación Iconterm	Cualitativa ordinal	Min Comercio, Industria y Turismo
Oferta Internacional	Cuantitativa Intervalar	DANE - Min Comercio, Industria y Turismo
Requisitos de importación	Cualitativa Ordinal	DANE -DIAN- Min Comercio, Industria y Turismo

### Instrumentos para la recolección de la información

Se llevará a cabo la recolección de información por medio de fuentes secundarias como lo es el análisis comparativo, tanto cualitativo como cuantitativo de los países de compra, como también se utilizará documentación de fuentes como el DANE, Arancel Legis, Colombiatrade y el Banco mundial para fortalecer la documentación.

### Procesamiento y análisis de la información

La información recolectada será analizada para determinar las necesidades internas de la empresa en relación con el proceso de importación de los productos en cuestión.

VARIABLES	ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADO	CLASIFICACION
<b>TLC</b>	PROPORCIONES- PORCENTAJES (MATRIZ).	Cualitativa Ordinal
<b>Término de Negociación Iconterm</b>	PROPORCIONES- PORCENTAJES (MATRIZ).	Cualitativa ordinal
<b>Oferta Internacional</b>	PROPORCIONES- PORCENTAJES (MATRIZ).	Cuantitativa Intervalar
<b>Requisitos de importación</b>	PROPORCIONES- PORCENTAJES. (MATRIZ).	Cualitativa Ordinal

*Tabla 2 Procesamiento y análisis de la información*

## **Capítulo IV: Diagnóstico Obtenido**

### **Selección de Mercado**

La empresa distribuciones MVM lleva más de 25 años en el mercado lo cual hace que cuente con una demanda amplia y establecida de productos de higiene y limpieza industrial.

La empresa actualmente está evidenciando ciertas necesidades internas como lo es el aumento de márgenes de utilidad, diversidad de portafolio, un mayor nivel de competitividad en sus productos generando así una ventaja competitiva en el mercado de Productos de Higiene y Limpieza Industrial en la ciudad de Pereira, es por ello que se realizara una preselección de mercados con la siguiente información:

#### **4.1.1 Identificación de Productos**

Los Productos con mayor demanda tomando como base el análisis de ventas realizadas por la empresa Distribuciones MVM en los últimos 6 meses se logro determinar que son las escobas Zulia suave con Arco Cabo metálico, las mopas Industriales y los paños de Microfibra 500.



Número de Artículo	Descripción del Artículo	Ventas 2015 Unidades
631900206113	ESCOBA ZULIA SUAVE ARCO ASEO CABO METALICO	5786
442300830603	ESCOBA ANGULAR EN PVC SIN MANGO VERDE VISTA GLOBAL CA8306-03	2
636500201003	ESCOBA BARRE CALLE GRANDE	5
636500201025	ESCOBA DE IRACA LICITACION	106
636500201007	ESCOBA DURA JR	399
LC-016	ESCOBA FULLER REF 12036 SUAVE VANESSA	291
632600200363	ESCOBA FULLER REF 218 SUAVE CABO METALICO 810 REF 102218	1438
632600202221	ESCOBA FULLER REF 219 DURA CABO MADERA REF 102219	34
632600202220	ESCOBA FULLER REF 219 DURA CABO METALICO 810 REF 102219	414
632600207034	ESCOBA FULLER REF 228 SUAVE CON MANGO MET 810	261

636500200013	ESCOBA JR TUPIDA	337
636500200011	ESCOBA LAVA CARROS	35
636500201002	ESCOBA PARA CALLE TASK ARCOASEO	3
592300470202	ESCOBA PBT AZUL SIN MANGO CA4702-02 RIGIDEZ MEDIA	196
592300470204	ESCOBA PBT ROJA SIN MANGO CA4702-04 RIGIDEZ MEDIA	224
592300470203	ESCOBA PBT VERDE SIN MANGO CA4702-03 RIGIDEZ MEDIA	24
631900205328	ESCOBA SEMIZULIA MARAVILLA ARCOASEO CABO MADERA	1634
1005359	ESCOBA SUPERIOR CABO METALICO	1247
636500200014	ESCOBA ZULIA CERDAS AMARILLAS IMPERIAL	15
850000107561	TRAPERO AUTO- ESCURRIBLE BINNER	23
636500201018	TRAPERO DE HILAZA	15
636500201022	TRAPERO DE PAÑO	26
636500201021	TRAPERO FRANELA X 450 GRS	13

636500201217	TRAPERO INDUSTRIAL COLOR	19
636500201050	TRAPERO INDUSTRIAL PROVACOL	6899
636500201056	MOPA INDUSTRIAL	4120
636500201051	MOPA MEDIANA PROVACOL	1842
636500201061	TRAPERO NEGRO INDUSTRIAL	29
789912668533	TRAPERO PINZA HC	2
636500201055	TRAPERO SUPER 600 GRS	63
636500201057	TRAPERO SUPER 750 GRS	2
636500201030	TRAPERO X 250 GRS CABO 1.40	115
403400200083	PAÑO ABSORBENTE MULTIUSO AMARILLO	6079
442300209906	PAÑO DE MICROFIBRA 500	10505
30218808	WYPALL PAÑOS AMARILLO X80 X 25 PAÑOS PLUS	266
30218777	WYPALL PAÑOS AZUL X80 X 25 PAÑOS PLUS	1229
621503003171	WYPALL PAÑOS BLANCO X70 INTERFOLD DOBLE ANCHO	286
621530212317	WYPALL PAÑOS BLANCO X70 PELUQUERIA DOBLE ANCHO	8552
30218786	WYPALL PAÑOS ROJO X80 X 25 PAÑOS PLUS	645
30218902	WYPALL PAÑOS VERDE X80 X 25 PAÑOS PLUS	289
621503079978	WYPALL PAÑOS X 80 X 5 PINTUCO	712
621503002247	WYPALL ROLLO BLANCO KCC X 416 PAÑOS	143
621503007836	WYPALL ROLLO BLANCO KCC X 890 PAÑOS X 300 MTRS	1025

621503003165	WYPALL ROLLO BLANCO X70 X 88 PAÑOS	20196
621530212249	WYPALL ROLLO BLANCO X70 X88 MANICURE	5511
621530215548	WYPALL ROLLO BLANCO X80 DEPILACION	79
30209980	WYPALL ROLLO L10 ECOL KCC X 650MTS (NUEVO)	18
30221680	WYPALL ROLLO L20 ECOL RLL 1 P KCC X 1200X1 (300)	20
30221719	WYPALL ROLLO L20 ECOL RLL 1P KCC (550 MTRS) X 2200	153
621503007983	WYPALL X60 1/4 QUATERFOLD X 50 PAÑOS	311
621503003166	WYPALL X80 ROLLO X 80 PAÑOS	6060

# 1. ESCOBA SUAVE ARCO



## 2. MOPA INDUSTRIAL



## 3. PAÑO DE MICROFIBRA 500



### 4.1.2 Análisis Cuantitativo

Como requisito indispensable para la elaboración de un plan importador es necesario iniciar por la identificación del mercado objetivo (país proveedor del producto) la empresa debe de identificar su mercado de proveedores objetivo, para lo cual se trabaja con una matriz de países que permita trazar la ruta de los mercados internacionales a seguir.



#### 4.1.2.1 Matriz de países.

Para esta selección previa se tomó como muestra 12 países del mundo, 3 de América, 5 de Europa y 4 de Oriente, los cuales cumplían con las siguientes características:

1. En primera instancia son países fabricantes de productos de Higiene y Limpieza industrial y al mismo tiempo tienen oferta exportadora de los productos en mención, como se muestra a continuación:

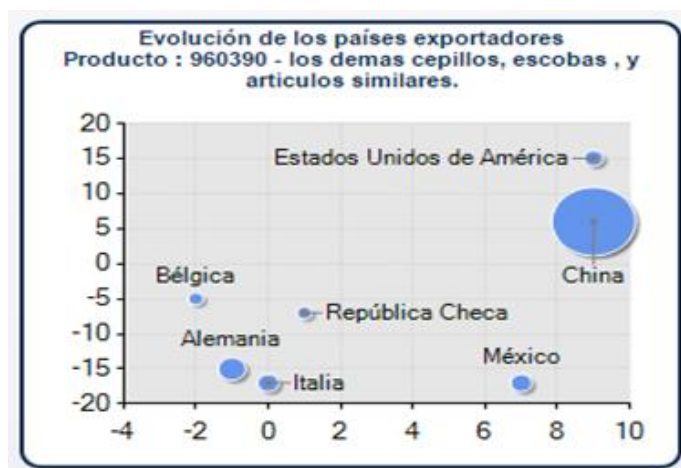
#### Países Fabricantes de Productos de Higiene y Limpieza Industrial

País	FOB 2009	FOB 2010	FOB 2011	FOB 2012	FOB 2013
Malasia	655.798	907.625	987.485	1.012.055	1.013.419
China	479.582	544.703	597.013	642.274	678.416
Tailandia	323.585	390.683	437.110	488.496	455.570
México	84.834	93.901	86.552	114.468	126.708
Indonesia	93.779	104.161	111.904	103.720	99.198
Canadá	67.060	77.545	80.875	77.876	69.943
Sri Lanka	22.288	23.644	33.750	33.896	32.019
Taiwan	24.327	20.438	21.050	22.226	24.049
Alemania	18.768	21.170	20.217	20.903	21.649
Corea	9.823	11.840	13.143	17.046	18.924
Reino Unido	12.784	14.313	14.337	16.325	16.429
Honduras	16.843	16.036	15.557	16.353	16.296
Otros	89.319	108.291	126.912	123.075	131.865
<b>Mundo</b>	<b>1.898.790</b>	<b>2.334.350</b>	<b>2.545.905</b>	<b>2.688.713</b>	<b>2.704.485</b>

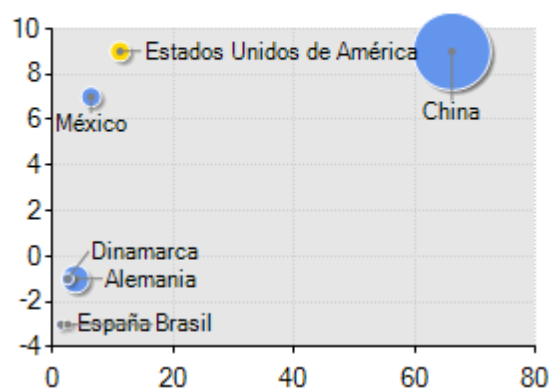
Fuente: TradeMap.

Tabla 3 Países Fabricantes

En segunda instancia aquellos países que exportan el producto de Partida Arancelaria: 96039, a Colombia.



**Participación en los mercados exportadores en 2015**  
**País importador : Colombia**  
**Producto : 960390 - los demas cepillos, escobas , y**  
**articulos similares.**



*Ilustración 4 Países exportadores: Partida Arancelaria 960390*  
 Fuente: TradeMap

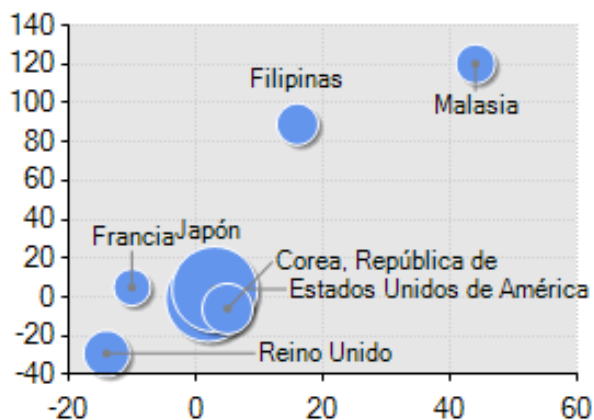
Exportadores	Valor importada en 2015 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2015 (miles de USD) ¿	Participación de las importaciones para Colombia (%)	Cantidad importada en 2015
Mundo	4.552	4.246	100	776
<a href="#">China</a>	3.012	-3.012	66,2	593
<a href="#">Estados Unidos de América</a>	507	866	11,1	30
<a href="#">México</a>	288	-96	6,3	51
<a href="#">Alemania</a>	170	-170	3,7	8
<a href="#">Brasil</a>	112	-112	2,5	20
<a href="#">Dinamarca</a>	112	-112	2,5	4
<a href="#">España</a>	63	-63	1,4	5
<a href="#">Ecuador</a>	60	1.357	1,3	6
<a href="#">Taipei Chino</a>	55	-55	1,2	12
<a href="#">Venezuela, República Bolivariana de</a>	24	29	0,5	30
<a href="#">Bélgica</a>	23	-23	0,5	3
<a href="#">Indonesia</a>	21	-21	0,5	2
<a href="#">Italia</a>	18	-18	0,4	1
<a href="#">Argentina</a>	13	101	0,3	2
<a href="#">Tailandia</a>	11	-11	0,2	1
<a href="#">Canadá</a>	9	-8	0,2	3
<a href="#">Singapur</a>	8	-8	0,2	0
<a href="#">Reino Unido</a>	7	-7	0,2	0
<a href="#">Francia</a>	6	-6	0,1	0
<a href="#">Países Bajos</a>	4	25	0,1	0

Tabla 4 Países exportadores: Partida Arancelaria 960390

Fuente: TradeMap

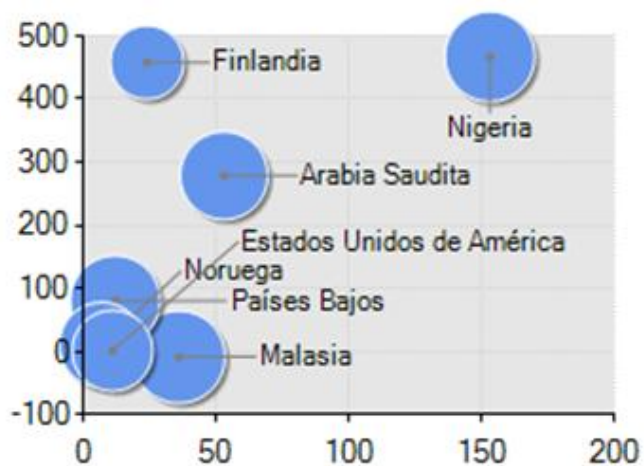
Aquellos países que exportan el producto de Partida Arancelaria: 960310, a Colombia.

**Evolución de los países importadores**  
**Producto : 960310 - escobas y escobillas de ramitas u**  
**otras materias vegetales atadas en h**



*Ilustración 5 Países exportadores: Partida Arancelaria 960310*

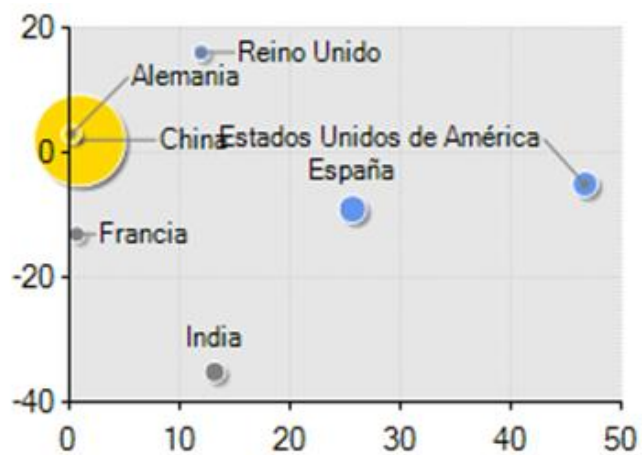
Aquellos países que exportan el producto de Partida Arancelaria: 630710, a Colombia.



*Ilustración 6 Países exportadores: Partida Arancelaria 630710*

Fuente: TradeMap

### Participación en los mercados exportadores en 2015



Exportadores	Valor importada en 2015 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2015 (miles de USD) i	Participación de las importaciones para Colombia (%)
Mundo	409	-402	100
<a href="#">Estados Unidos de América</a>	191	-184	46,7
<a href="#">España</a>	105	-105	25,7
<a href="#">India</a>	54	-54	13,2
<a href="#">Reino Unido</a>	49	-49	12
<a href="#">China</a>	4	-4	1
<a href="#">Francia</a>	3	-3	0,7
<a href="#">Alemania</a>	1	-1	0,2
<a href="#">Israel</a>			
<a href="#">Italia</a>			
<a href="#">Malasia</a>			
<a href="#">Taipei Chino</a>			
<a href="#">Pakistán</a>			
<a href="#">Polonia</a>			

Tabla 5 Países exportadores: Partida Arancelaria 630710<sup>31</sup>

Como criterios de evaluación para seleccionar los 12 países de la Matriz se realizó un cruce de los países obtenidos como Países Productores de Productos de Higiene y Limpieza Industrial en general donde los países líderes fueron: Malasia, China, Tailandia, México, Indonesia y Canadá, los países exportadores para las partidas Arancelarias 960390, 960310 y 630710, como también los países de los cuales Colombia importa productos de Higiene y Limpieza Industrial específicamente en las mismas tres

*A continuación se detalla en partidas arancelarias mencionadas anteriormente.*

---

<sup>31</sup> Países exportadores («Trade Map - Trade statistics for international business development», s. f.)

Productos de Higiene y Limpieza Industrial en General	Países exportadores			Países de origen -Importaciones Colombia			Países Seleccionados
	Partida Arancelaria 960390	Partida Arancelaria 960310	Partida Arancelaria 630710	Partida Arancelaria 960310	Partida Arancelaria 960390	Partida Arancelaria 630710	
	Malasia	China	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos	China	ESTADOS UNIDOS
	China	Estados Unidos	China	España	Corea	Estados Unidos	CHINA
	Tailandia	México	Alemania	India	Filipinas	México	MÉXICO
	México	República Checa		Reino Unido	Malasia	Países Bajos	PAISES BAJOS
	Indonesia	Bélgica		China		Alemania	INDIA
	Canadá	Países Bajos		Alemania		España	ALEMANIA
		Alemania		Italia			MALASIA
		Brasil		Malasia			REPUBLICA CHECA
			Pakistán			BELGICA	
			Francia			ITALIA	
						BRASIL	
						PAKISTAN	

Tabla 6 Cruce de países Pre- seleccionados

2. Como tercera medida aquellos países cuya situación económica actual es positiva o promisorio.

Para establecer criterios de selectividad entre algunos países se recurrió a un elemento de gran relevancia e influencia como lo es la situación económica actual de cada país, dando mayor peso a los países que actualmente tienen una situación positiva o promisorio.

También incidió como punto favorable en la selección el hecho que el país tuviese acuerdos comerciales firmados con Colombia; de allí se sintetizan en un cuadro de países en donde se relacionan las variables económicas, políticas, sociales, comerciales y financieras.

Se realizó la selección basada en los países de América, Europa y Oriente. En esta matriz se evalúan las variables económicas, las políticas y la poblacional, seguido de un estudio de variables logísticas y finalizando con un análisis de variables comerciales, igualmente se tienen en cuenta los factores logísticos de comunicación, como el idioma y las experiencias comerciales.

### **Países Seleccionados para conformar la Matriz**

**País 1.** Estados Unidos de América

**País 2.** China

**País 3.** México

**País 4.** Países Bajos

**País 5.** India

**País 6.** Alemania

**País 7.** Malasia

**País 8.** República Checa

**País 9.** Bélgica

**País 10.** Italia

**País 11.** Brasil

**País 12.** Pakistán

#### ***4.1.2.2 Criterios de calificación de la matriz de países***

La Matriz se elaboró teniendo en cuenta una serie de factores para su evaluación así:

Factores económicos:

✓ **Inflación- Tasa de interés Activa- Devaluación**

Para evaluar las variables en mención se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando el criterio horizontal de evaluación, siendo 5 la mejor calificación para estas variables, es de resaltar que para calificar estas variables entre menor sea la tasa mayor es la calificación ya que representa una mayor oportunidad para Colombia importar.

✓ **PIB**

Debido a la naturaleza de la variable la cual entre mayor sea el valor en dólares mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación y calificando el resto a través de una regla de tres simple.

✓ **Balanza comercial**

Esta variable es de gran relevancia ya que si un país presenta una balanza comercial positiva, se interpreta como un país el cual realiza gran número de exportaciones de mercancías o de materia primas, por ello este dato sería un factor importante para los intereses de la empresa ya que le dará a conocer los países más competentes y con mayores ventajas competitivas para realizar la importación.

Para evaluar las variables en mención se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando una regla de tres simple, siendo 5 la mejor calificación, según la naturaleza de la variable entre más positiva sea el indicador mejor es la calificación.

Indicadores demográficos:

✓ **Idioma.**

La siguiente escala se determinó en relación a la cantidad de habitantes que hablan el idioma en el mundo, siendo español seguido del inglés los idiomas mejor calificados debido a la facilidad de comunicación de la empresa Distribuciones MVM con el proveedor extranjero.

Español  
Inglés

Calificación de 5 puntos.  
Calificación de 4 puntos.



Francés  
 Alemán/Italiano/Portugués  
 Otros

Calificación de 3 puntos.  
 Calificación de 2 puntos.  
 Calificación de 1 puntos.

✓ **Población**

Debido a la naturaleza de la variable entre mayor sea el indicador mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación utilizando una regla de tres simple.

✓ **Población económicamente activa**

Debido a la naturaleza de la variable entre mayor sea el indicador mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación utilizando una regla de tres simple.

✓ **Crecimiento Poblacional**

Debido a la naturaleza de la variable entre mayor sea el indicador mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación utilizando una regla de tres simple.

✓ **Desempleo**

Para evaluar la variable en mención se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando el criterio horizontal de evaluación, siendo 5 la mejor calificación, es de anotar que entre menor sea la tasa mayor es la calificación.

Barreras Comerciales:

✓ **Arancel**

Para evaluar la variable en mención se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando el criterio horizontal de evaluación, siendo 5 la mejor calificación, teniendo en cuenta que entre menor sea la tasa mayor es la calificación.

✓ **Acuerdos internacionales.**

Para el análisis de esta variable se tiene en cuenta que sólo hay dos posibles resultados, se tiene o no se tiene acuerdo internacional. Por lo cual se califica 5 si se tiene acuerdo alguno o 0 si no se tiene acuerdo.

✓ **Los literales relacionados a:**

✓ **Bancos Representados**

Hay dos posibles resultados, SI O NO. Por lo cual se califica 5 si sí o 0 si no.

Comercio exterior:

- **Importaciones de Colombia en miles de dólares por producto de estudio.**

A mayor valor de importaciones de Colombia en la clase de producto analizado mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación utilizando un regla de tres simple.

- **Exportaciones en miles de dólares de cada País por producto de estudio.**

Debido a la naturaleza de la variable entre mayor sea el valor en miles de dólares de las exportaciones de una país en la clase de producto analizado mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación, se utilizó una regla de tres simple.

## Logística internacional

### ✓ **Valor de los fletes internacionales**

Para evaluar la variable en mención se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando el criterio horizontal de evaluación, siendo 5 la mejor calificación, teniendo en cuenta que entre menor sea el rango del valor del flete mayor es la calificación.

### ✓ **Frecuencia**

Asumiendo que entre mayor sea la frecuencia o periodicidad de salida de buques desde el puerto de origen al de destino, mayor es la calificación. Se utilizó una escala de 0 a 5 aplicando una regla de tres simple, siendo 5 la mejor calificación.

### ✓ **Transito de la Carga**

Entre menor tiempo de tránsito de la carga mayor es la calificación. Para evaluar la variable se utilizó una escala de 0 a 5 utilizando el criterio horizontal de evaluación.

### ✓ **Cantidad de Puertos y Aeropuertos**

Entre mayor sea el número de puertos y aeropuertos mejor es la calificación, se utilizó una escala de 0 a 5, siendo 5 la mejor calificación utilizando para la calificación un regla de tres simple.

**Nota 1.** Para la ponderación de cada indicador se asigna un porcentaje específico según el peso de influencia que a criterio del evaluador representa cada variable.

Determinación de los niveles de selección de los países según escala de resultados finales en los puntajes de acuerdo al siguiente cuadro.

Resultado de la puntuación de los bloques de países.

<b>BLOQUE DE AMERICA</b>		
<b>PAIS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>PESO</b>
Estados Unidos	61,389	23,6114
México	40,546	15,538
Brasil	23,5765	10,63489

<b>BLOQUE DE EUROPA</b>		
<b>PAIS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>PESO</b>
Alemania	42,1041	15,4949
Bélgica	30,933	12,1441185
Italia	32,283	12,3259
Países Bajos	30,869	11,761935
República Checa	31,129	10,44978

<b>BLOQUE DE ORIENTE</b>		
<b>PAIS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>PESO</b>
China	66,13	24,79665
India	30,4593	8,95085
Pakistán	30,63134	8,792815
Malasia	25,89307	9,242635

*Tabla 7 Resultado de la puntuación de los bloques de países*

### **Mayores puntajes registrados**

<b>MAYORES PUNTAJES REGISTRADOS</b>		
<b>PAIS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>PESO</b>
China	66,13	24,79665
Estados Unidos	61,389	23,6114
México	40,546	15,538
Alemania	42,1041	15,4949
Italia	32,283	12,3259
Bélgica	30,933	12,1441185

Países Bajos	30,869	11,761935
Brasil	23,5765	10,63489
República Checa	31,129	10,44978
Malasia	25,89307	9,242635
India	30,4593	8,95085
Pakistán	30,63134	8,792815

*Tabla 8 Mayores puntajes registrados*

De acuerdo al resultado anterior los países a seleccionar se relacionan a continuación.

- ✓ **Mercado objetivo.** China
- ✓ **Mercado alterno.** Estados Unidos.
- ✓ **Mercado de contingencia.** México, Alemania, Italia
- ✓ **Terceros países** Bélgica, Países Bajos, Brasil , República Checa, Malasia

Una vez identificado el mercado de proveedores objetivo y los mercados secundarios y alternos, se debe de estructurar un plan de importación que nos permita establecer las actividades a realizar o acciones a tomar.

#### **4.1.3 Análisis Cualitativo**

Este análisis se basa en una comparación de las diferentes cualidades y ventajas de los países a nivel: comercial, logística, tradición de compra, crecimiento de mercado (Trayectoria de las importaciones de los países seleccionados), precios de importación termino FOB para este caso el cual el transporte es marítimo.

## Países Objetivo:

✓ China

## Economía:

Es la segunda economía más grande del mundo en términos de producto interno bruto nominal y la mayor economía del mundo en paridad de poder adquisitivo, según el Fondo Monetario Internacional. Es el país de más rápido crecimiento económico en el mundo desde la década de 1980, con un promedio de crecimiento anual del 10% en los últimos 36 años.

China es el centro mundial para la fabricación de todo tipo de productos y la indiscutible mayor potencia industrial y exportadora de bienes a nivel mundial. China es el país más poblado del mundo y con una mayor tasa de crecimiento en consumo, además de segundo mayor importador de mercancías.

## Comercial:

La visita a Colombia del primer ministro chino, Li Keqiang, segunda parada en su gira por América Latina, después de Brasil, ha abierto la posibilidad de que se firme un tratado de libre comercio entre los dos países. En la declaración conjunta que ofrecieron el presidente Juan Manuel Santos y Keqiang, el mandatario colombiano anunció que se pondrá en marcha “un estudio de factibilidad para evaluar la conveniencia de profundizar más nuestras relaciones comerciales”. Y aunque destacó que hoy el comercio bilateral es 15 veces mayor al de hace una década, se comentó que Colombia tiene un gran potencial para incrementarlo en ambas direcciones.

Estas negociaciones reflejan un gran desarrollo del comercio bilateral, ya que en una declaración ante la prensa en la Casa de Nariño, se mencionó que se ha firmado varios memorandos de entendimiento y acuerdos de cooperación.

### Logística:

La economía China, una de las más fuertes y sólidas en la actualidad, sigue creciendo a pasos agigantados mientras su sistema de logística se mantiene rezagado y saturado.

Mientras el Producto Interno Bruto (PIB) de China crece por arriba del 10%, su infraestructura de logística se encuentra rezagada a pesar de las mejoras realizadas por el gobierno, de acuerdo con un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Shanghai.

El estudio titulado “El sector de la Logística en China” revela que la logística sigue siendo uno de los mayores retos a la hora de hacer negocios en China, ya que “la liberalización del sector en los últimos años, la explosión de la demanda de servicios, impulsada por las elevadas tasas de crecimiento económico del país, ha hecho que el sector de la distribución se encuentre saturado”.<sup>32</sup>

### ✓ Estados Unidos

### Economía:

Estados Unidos es el país más poderoso e influyente de la Tierra. Su PIB nominal, estimado en más de 17.2 billones de dólares en marzo del 2014 representa aproximadamente una cuarta parte del PIB nominal mundial. En conjunto, la Unión Europea tendría un PIB mayor, pero no está considerada una única nación. El PIB en paridad de poder adquisitivo estadounidense representa una quinta parte del PIB PPA mundial. A su vez, Estados Unidos mantiene un alto nivel de producción y un PIB per cápita (PPP) de unos 53 042 dólares, el séptimo más alto del mundo, lo que hace en estos términos a Estados Unidos,

---

<sup>32</sup> («China economía de punta con logística rezagada - Logística | XING», s. f.)



una de las naciones más ricas del mundo. Es también el mayor productor industrial del mundo, y el país comercial más grande del mundo, teniendo como principales socios comerciales a China, Canadá y México.<sup>33</sup>

#### Comercial:

En general, el país ha reducido las barreras comerciales y coordina con otros el sistema económico mundial. Estados Unidos es un país convencido de que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social y la democracia en naciones individuales, y que promueve además buenas relaciones internacionales. Estados Unidos es el primer importador y el segundo exportador mundial de bienes, así como el primer importador y exportador mundial de servicios comerciales. Sin embargo, el comercio representa menos de 30% de su PIB.

Los principales socios comerciales de los Estados Unidos son los países del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que incluye a Estados Unidos, México y Canadá)<sup>34</sup>.

#### Logística:

La República Federal de Estados Unidos, situada en Norteamérica, limita al Norte con Canadá, al Este con el Océano Atlántico, al Sur con México y al Oeste con el Océano Pacífico. La superficie total de su territorio es de 9.826.630 km<sup>2</sup>. Estados Unidos posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía. Está compuesta por una red de carreteras de 6.430.366 km., que se extiende por todo el país conectando los 50 estados que lo componen, de los cuales 75.238 km. forman parte del vasto sistema nacional de autopistas.

---

<sup>33</sup> («Economía de Estados Unidos | El Economista», s. f.)

<sup>34</sup> («Página - Santandertrade.com», s. f.)

Estados Unidos representa el 42% del mercado global de bienes de consumo, y por tal motivo y para estar más cerca de sus proveedores y clientes muchas empresas del mundo deciden invertir en este país. Actualmente, están suscritos más de 14 Tratados de libre Comercio con países asociados<sup>35</sup>.

✓ México

Economía:

La economía de México está basada en el mercado libre orientado a las exportaciones. Es la 1ª economía más grande de Hispanoamérica, la 2ª de América Latina y la 3ª economía (PPA) de mayor tamaño de toda América, solo después de la de los Estados Unidos y la de Brasil, sin embargo si se considera el PIB per cápita nominal, que mide la relación entre el PIB y la población, México queda tras Uruguay, Chile, Argentina, y otros en América Latina. Según datos de 2014 de la CIA, el Producto interior bruto, supera el billón de dólares, convirtiendo a la economía mexicana en la 13.

A pesar de su estabilidad macroeconómica que ha reducido la inflación y las tasas de interés a mínimos históricos y que ha incrementado el ingreso per cápita, existen grandes brechas entre ricos y pobres, los estados del norte y los del sur, y entre la población urbana y rural. Algunos de los retos para México siguen siendo mejorar la infraestructura, modernizar el sistema tributario y las leyes laborales así como reducir la desigualdad del ingreso.

Comercial:

México tiene una política comercial de las más abiertas a nivel mundial; desde los años 90 México ha recurrido a una liberalización comercial a través de la implementación de una gran variedad de tratados de libre comercio (TLCs). Estos incluyen acuerdos con la mayoría de sus países vecinos en la región (México firmó 10 TLCs en total, que cubren 45 países), el más significativo siendo el TLCAN, con los

---

<sup>35</sup> («Portal de Exportaciones - Colombia Trade», s. f.-b)

Estados Unidos y Canadá. Sus otros socios comerciales incluyen Chile, Colombia, Costa Rica, Nicaragua, Perú, Guatemala, El Salvador, Honduras, Israel, Japón, y la Unión Europea.

Los Estados Unidos, es de lejos su socio comercial el más importante. Destina casi el 80% de sus exportaciones a los EU y alrededor del 50% de sus importaciones tienen origen en los EU. Gracias al TLCAN, México representa para muchos inversores europeos una puerta a los mercados estadounidenses y canadienses. Mientras que con el TLCAN el comercio de México más que triplicó desde que entró en vigor, también expuso a más del 80% de sus exportaciones a los choques económicos que tienen origen del otro lado de la frontera.

México participa también formalmente en las negociaciones multilaterales y ambiciosas del Acuerdo Trans-pacífico (TPP), cuyos principales objetivos incluyen mejorar la liberalización progresiva del comercio de bienes y servicios, acelerar las cadenas de suministro, reducir los costos de hacer negocios y reforzar la cooperación regulatoria<sup>36</sup>.

#### Logística:

México se encuentra comunicado estratégicamente, mediante 27 mil kilómetros de vías férreas que unen al país al norte con Estados Unidos, al sur con Guatemala, al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Golfo de México.

El país cuenta con diversas terminales de distribución interior comunicados con los principales puertos marítimos, lo que permite reducir costos y agilizar la llegada y salida de mercancías.

México está ubicado en la parte norte del continente americano y cuenta con una extensión de 1.964.375 km<sup>2</sup> y de 5.073 km<sup>2</sup> entre las numerosas islas y una longitud de sus costas de 11.122 km. Al norte limita con Estados Unidos y al sur con Guatemala y Belice. Las exportaciones a México entre

---

<sup>36</sup>(«Política Comercial de México», s. f.)

enero y junio de 2011, ascendieron a US\$339.792.497 en valor FOB, que equivalen a 364.453,6 toneladas, de las cuales se manejaron vía marítima el 50% del total entre los dos países<sup>37</sup>.

Una vez realizada la valoración cualitativa de los tres países con mayor puntaje en el análisis cuantitativo, se puede observar la influencia en todos los aspectos de países como Estados Unidos y China, representando un porcentaje bastante representativo de la economía mundial. En el caso de Estados Unidos en general, el país ha reducido las barreras comerciales y coordina con otros el sistema económico mundial, es un país referencia en el comercio mundial, con grandes niveles de consumo y desarrollo. Que al compararlo con China, país con la segunda economía más grande del mundo en términos de producto interior bruto nominal y la mayor economía del mundo en paridad de poder adquisitivo, según el Fondo Monetario Internacional, se le agrega que es el país de mayor crecimiento económico en el mundo desde la década de 1980, con un promedio de crecimiento anual del 10% en los últimos 36 años, lo cual hace que sea un país bastante atractivo para realizar negociaciones. Desde la perspectiva Comercial la cual estaba un poco limitada con países como Colombia, las negociaciones reflejan un gran desarrollo del comercio bilateral, ya que se ha firmado varios memorandos de entendimiento y acuerdos de cooperación.

Por otro lado está el país latinoamericano el cual presenta una de las políticas comerciales más abiertas del mundo, con una ubicación estratégica para el comercio con Colombia debido a la cercanía y facilidad de transporte, este país cuenta con diversas terminales de distribución interior comunicados con los principales puertos marítimos, lo que permite reducir costos y agilizar la llegada y salida de mercancías. Pero aún así, con todas las ventajas expuestas anteriormente, es un país que presenta una gran brecha de diferencias sociales, y el cual debe modernizar el sistema tributario y las leyes laborales así como reducir la desigualdad del ingreso, como también mejorar su infraestructura, por lo cual al compararlo con

---

<sup>37</sup> («Logistica\_de\_Exportaciones\_a\_México.pdf», s. f.)

potencias como China y Estados Unidos para realizar negociaciones comerciales lo hacen ser menos atractivo en esta selección de país de origen.

Por lo anterior China es la mejor opción de país objetivo no solo por su crecimiento anual y desarrollo económico, sino también porque es una de las civilizaciones más antiguas que ha logrado perdurar en el transcurrir del tiempo y se considera como una de las más grandes y avanzadas del mundo, china se considera como la economía de crecimiento más rápida durante los últimos treinta años, además de ser el país líder en exportación, con una fuerza, ritmo de expansión y cambio social sorprendente, una realidad a considerar para nuestros escenarios internacionales. Un factor no menos relevante es el impacto social de esta gran expansión, aunque el punto de partida pueda ser relativamente bajo, dirán algunos, lo cierto es que en China se experimenta un enorme cambio en las estructuras sociales mediante la creación de una poderosa clase media con acceso a niveles de consumo comparables o superiores a los sectores sociales equivalentes en Occidente, con la diferencia de que su nivel de vida previo al proceso de cambios era inferior y a que la magnitud cuantitativa de las familias que se incorporan a ese consumo es realmente enorme. Al mismo tiempo, son notables las cifras de reducción de la pobreza donde en los 20 primeros años de este salto en el crecimiento se ha reducido del 63.8% al 16.6%, con notables mejoras en prácticamente todos los indicadores sociales<sup>38</sup>.

China es un país aliado con la economía de Colombia debido a su alta importación de productos colombianos como café y madera; a todo lo anterior complementando la elección de este país objetivo con la alta puntuación obtenida en la evaluación cuantitativa realizada en el presente trabajo.

---

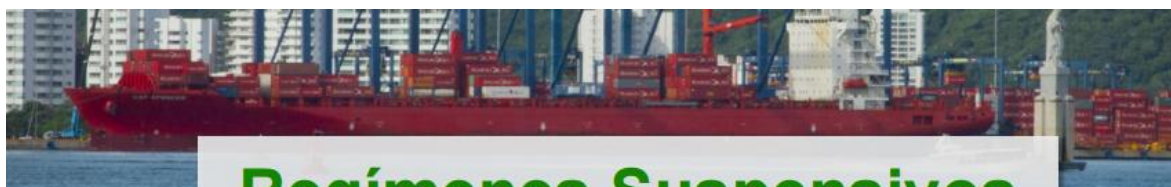
<sup>38</sup> (Mostrador, s. f.)

#### 4.2.1 Políticas Aduaneras

Con base en los regímenes de importación que contempla el Estatuto Aduanero, Decreto 390 de 2016 se consagra cuatro grandes regímenes de importación: de tránsito, definitivo, suspensivos y especiales.



- Importación para el consumo.
- Importación con franquicia.
- Importación en cumplimiento de garantía.
- Reimportación en el mismo estado.
- Reimportación por perfeccionamiento pasivo.



## Regímenes Suspensivos

- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado
- Admisión temporal para perfeccionamiento activo

## Regímenes Especiales

- Importación temporal de mercancías alquiladas o con contrato de arrendamiento con opción de compra. "Leasing"
- Tráfico Postal
- **Envíos de entrega rápida**
  - **Categoría 1:** Documentos sin valor comercial = Sin pago de derechos de aduana e impuestos.
  - **Categoría 2:** Mercancía menor o igual a USD 200 = Sin pago de derechos de aduana e impuestos.
  - **Categoría 3:** Mercancía mayor a USD 200 y menor o igual a USD 2.000. = Sí pago de derechos de aduana e impuestos
  - **Categoría 4:** Mercancía mayor a USD 2.000 = Pago de derechos de aduana e impuestos y someterse al régimen de importación que corresponda.
- Viajeros
- Menaje de casa
- Importación temporal de medios de transporte de uso particular
- Importación temporal de embarcaciones de recreo de uso privado que sean aptas para la navegación de altura.
- Importación por redes ductos o tuberías
- Provisiones para consumo y para llevar

*Ilustración 7 Regímenes<sup>39</sup>*

<sup>39</sup> («Diapositiva 1 - Presenta Nueva Regulación Aduanera 8 de marzo.pdf», s. f.)

En este trabajo se va a llevar a cabo una importación definitiva para el consumo, ya que se pretende realizar una operación de introducción de productos de Higiene y Limpieza industrial de procedencia extranjera hacia Colombia con la finalidad de ingresarla al mercado Colombiano en libre circulación dentro del territorio realizando el pago de impuestos y demás cargos exigibles.

### **Requisitos de una Importación**

Para el desarrollo de este proyecto es fundamental conocer los pasos o trámites que se deben de realizar en un proceso de importación.

A continuación se detallan los pasos a tener en cuenta:

<b>PASOS Y TRAMITES</b>
1. Análisis cuantitativo y cualitativo de los posibles países potenciales para la compra y la factibilidad económica de la importación de los productos.
2. Permisos, autorizaciones y demás trámites ante otras entidades (Cuando se requiera dadas las características técnicas del producto).
3. Tramite del registro o licencia de importación, trámite que se cumple en cada una de las dependencias de MINCOMERCIO(Cuando se requiera dadas las características técnicas del producto).
4. Pago de la importación el cual incluye solicitud apertura Carta de crédito, declaración de cambio, deposito y registro de la operación en Banco de la República si la financiación es mayor a 6 meses.  Contratación de la sociedad certificadora que expida certificado de inspección, previo al embarque, cuando se requiera.
5. Operaciones Logísticas desde el lugar de origen hasta el de destino.
6. Tramite de desaduanamiento de la mercancía realizada por el importador, usuario aduanero permanente, sociedades de intermediación aduanera, almacenes de depósito: Incluye diligenciamiento declaración Andina si el valor FOB es mayor o igual a UD 5.000, diligenciamiento Declaración de importación, cancelación tributos aduaneros, presentación de documentos en depósito de Aduana, Captura de documento en sistema de DIAN, inspección documental e inspección física de la mercancía, según el sistema.



7. Retiro o levante de la mercancía y conservación por mínimo por cinco (5) años, los siguientes documentos, si se requiere: Registro o licencia de importación, Declaración Andina del Valor, Declaración de importación, Certificado de Origen ( si se tiene acuerdo comercial), Factura Comercial, lista de empaque y declaración de cambio ( Formulario # 2).

Ilustración 8 Trámites Proceso de Importación<sup>40</sup>

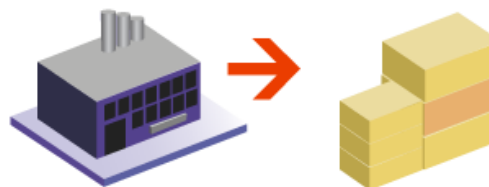
Para la importación de estos tres productos no se hace necesario el registro o licencia de importación mencionado en el punto 3.

#### 4.1.4 Logística

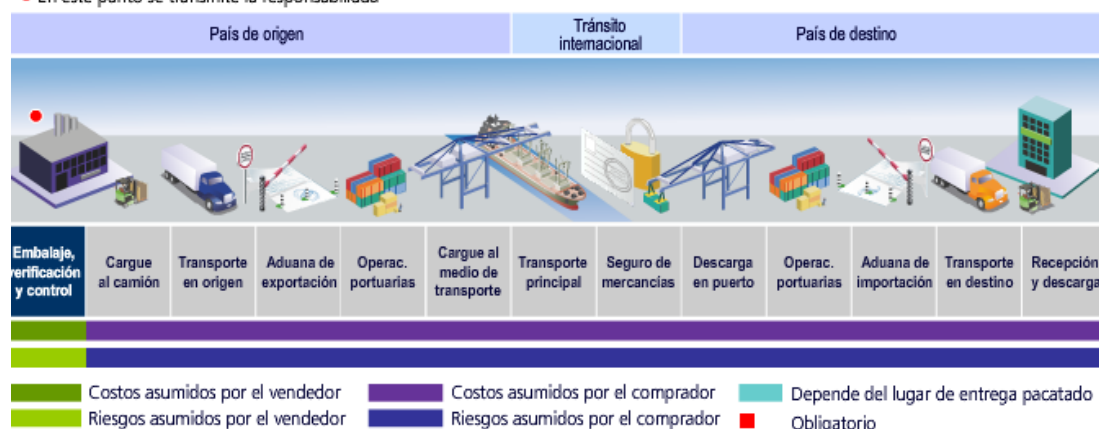
##### EXW - En Fábrica

El vendedor entrega la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido, sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad

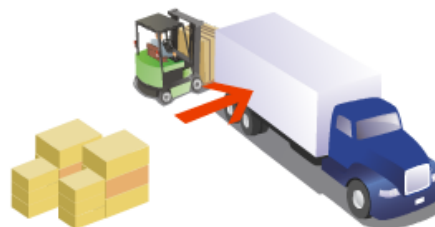


<sup>40</sup><http://www.procolombia.co/sites/default/files/Tramites%20en%20Comercio%20Exterior%20y%20Normas%20Origen%20TLC%20USA.pdf>(«Diapositiva 1 - Tramites en Comercio Exterior y Normas Origen TLC USA.pdf», s. f.)

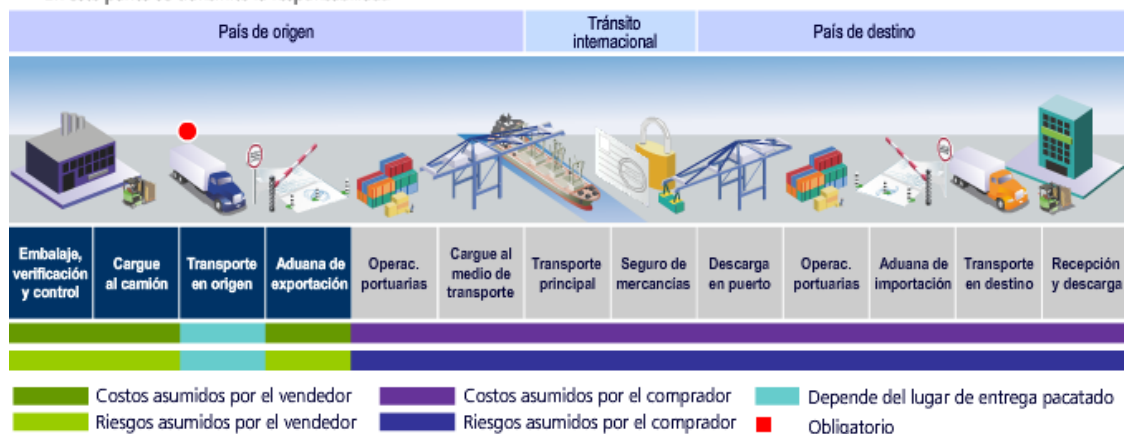
### FCA - Franco Transportista

El vendedor entrega la mercancía, despachada para la exportación, al porteador o a la persona designada por el comprador en el lugar convenido.

Vea más información sobre este término >>



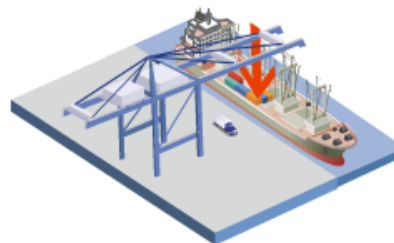
● En este punto se transmite la responsabilidad



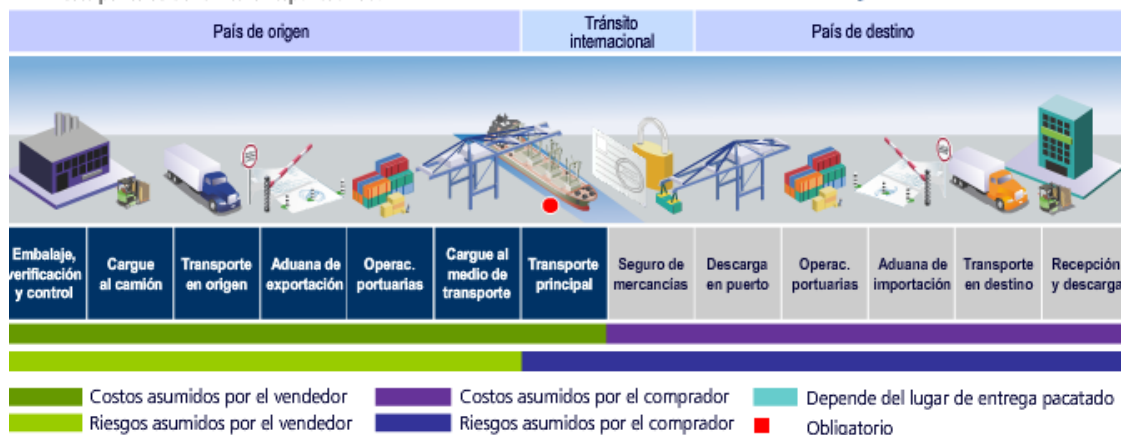
### CPT - Transporte Pagado Hasta

El vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del porteador designado por él pero, además, debe pagar los costes del transporte necesario para llevar la mercancía al destino convenido.

Vea más información sobre este término >>



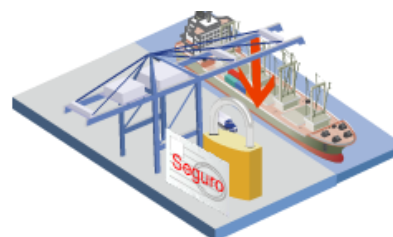
● En este punto se transmite la responsabilidad



### CIP - Transporte y Seguro Pago Hasta

El vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del porteador y paga los costes del transporte necesario para llevar la mercancía al destino convenido. Así mismo, debe contratar la cobertura del seguro.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad



### DAT - Entrega en Terminal

La mercancía es entregada en la terminal designada en el puerto o lugar de destino, una vez es descargada del medio de transporte de llegada.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad



### DAP - Entrega en el Lugar

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada y preparada para la descarga en el lugar de destino convenido.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad



### DDP - Entrega Derechos Pagados

El vendedor entrega la mercancía despachada para la importación y preparada para su descarga, en el lugar de destino convenido.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad



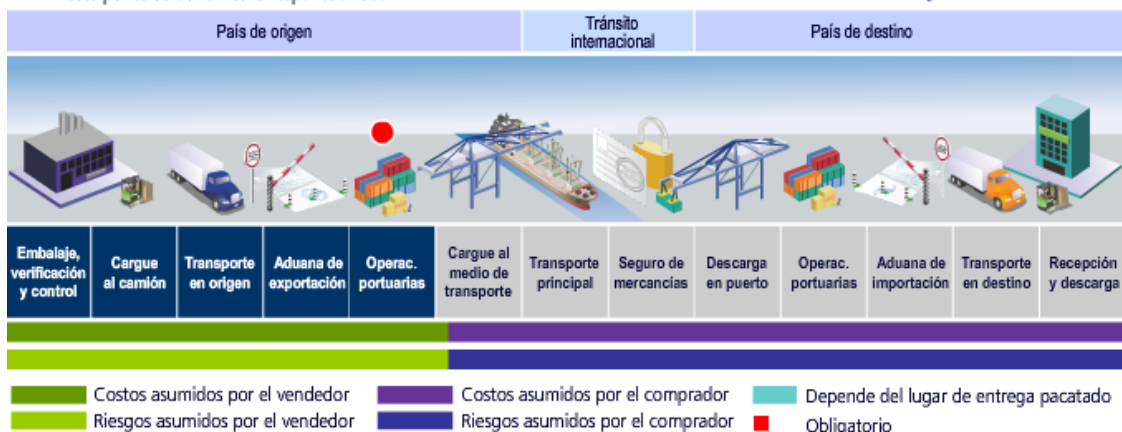
### FAS - Franco al Costado del Buque

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.



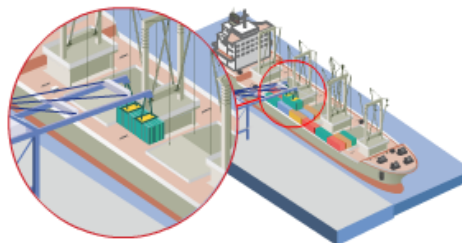
Vea más información sobre este término >>

● En este punto se transmite la responsabilidad



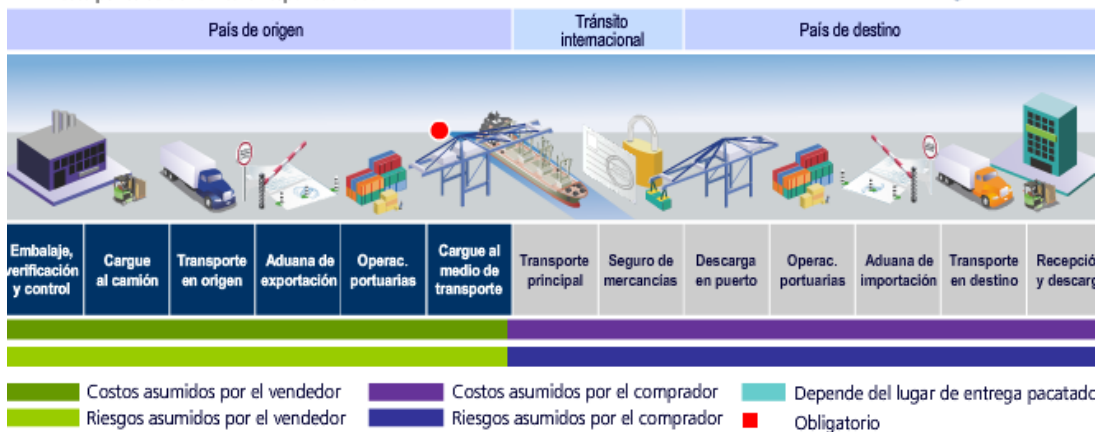
### FOB - Franco a Bordo

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.



Vea más información sobre este término >>

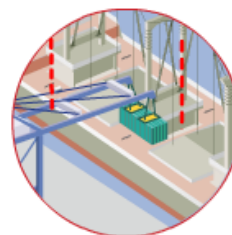
● En este punto se transmite la responsabilidad



### CFR - Costo y Flete

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y paga los costes y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino acordado.

Vea más información sobre este término >>



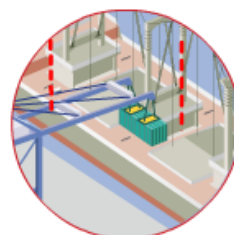
● En este punto se transmite la responsabilidad



### CIF - Costo, Seguro y Flete

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y paga los costes y el flete necesarios. Así mismo, debe contratar la cobertura del seguro.

Vea más información sobre este término >>



● En este punto se transmite la responsabilidad



Para el proceso de importación que llevará a cabo la empresa Distribuciones MVM, se utilizará el término Incoterms: FOB, ya que permite tener ventajas competitivas en los costos logísticos y a su vez controlar la operación minimizando riesgos en la operación.

El comprador FOB se asegura el control para la contratación de los agentes implicados en la transacción, por lo que podrá presionar a la baja los precios para conseguir un mejor resultado comercial cuando venda estos productos en su mercado local. Los costes que puede controlar son todos los relacionados con el flete y la prima del seguro. A su vez el importador asegura poder actuar y corregir posibles incidencias en el proceso de transporte y entrega de la mercancía.

Este término de negociación permite minimizar costos, lo que tendrá una incidencia directa en la fiscalidad, especialmente en el IVA. Un menor Importe en la base imponible del impuesto conlleva una menor carga impositiva.

#### **4.1.5 Políticas de transporte**

El transporte seleccionado es marítimo, ya que tiene costos más bajos que el transporte aéreo y debido a que la naturaleza del producto el cual no es perecedero ni tiene condiciones especiales para el transporte, permite manejar tiempos de tránsito obteniendo así ventajas competitivas en relación a los costos de transporte de la mercancía.

Colombia actualmente cuenta con 11 puertos marítimos, de los cuales 6 están actualmente habilitados para el comercio exterior, lo anterior le permite tener una operación comercial de alta frecuencia y eficiencia.





*Ilustración 9 Puertos Marítimo*



En relación con el resultado obtenido del análisis cualitativo y cuantitativo de la mercancía es el cual fue China, se plantea realizar la negociación en término FOB, el puerto que se seleccionó como puerto destino es Buenaventura puesto que el origen de la mercancía es el oriente (Puerto: Shanghái), la selección anterior obedece a variables de costos logísticos, transporte interno, frecuencia de salida , tiempo de tránsito , seguridad del puerto, posición estratégica y modalidad y características del puerto (Unipropósito, multipropósito; multimodal etc.)

## **Capítulo V: Propuesta**

### **Costos y Procedimientos**

Para lograr a cabalidad el cumplimiento del objetivo general se recurrirá a la metodología de inteligencia de mercados cuya principal característica es la implementación de fuentes de información secundarias para la obtención de la información.

#### **5.1.1 Procedimiento comercial de la importación.**

A continuación se detalla las acciones a realizar para desarrollar una importación definitiva de mercancía de consumo.

##### ***5.1.1.1 Solicitud Cotización.***

Se solicito cotización a diversos proveedores Chinos, sobre los productos evaluados para un contenedor de 20 pies sin condiciones especiales, y bajo el termino de negociación FOB. La cotización seleccionada por cumplir con los estándares y necesidades fue la de la empresa BOOMJOY, la cual se relaciona a continuación.



## Quotation

Contact: Sandy Tel: 0573-82796050-8009 15858388053 E-mail: sandy@jeyang.com.cn

product name	picture	Packing	Quantity(20ft)	Cartons(20ft)	Cubic	Gross Weight(KG)	Total weight kg	price (FOB)	Total Price
hands free self-filtration mop mop E-320		Box: 57*13*8CM Carton: 60*59*34CM (16pcs)	1000	63	7,58	1,07	1070	\$4,66	\$4.660,00
Broom		Box: 57*18.5*13.5cm (1 pcs)	1000	1000	14,23	0,96	960	\$3,44	\$3.440,00
mirofiber 500		Box: 80*36*50cm (100 pcs)	5000	50	7,2	0,15	750	\$0,72	\$3.600,00
				1113	29,01		2780		\$11.700,00
				CTNS	CUBIC		WEIGHT		PRICE

[Nuevo](#) | 
 [Responder](#) | 
 [Eliminar](#) | 
 [Archivar](#) | 
 Correo no deseado | 
 [Limpiar](#) | 
 [Deshacer](#)

Re: Re: cleaning products catalogue



sandy@jeyang.com.cn

Hoy, 3:18 p.m.  
Usted



[Responder](#)

Dear Laura,

Our products delivery time is about 35-40 days for the order.

And our payment is as following: 30% as a deposit when make a order, 70% will be send before shipment. we will send you the pictures of the finished products.

And the port of departure is in Shanghai, Does the port of destination is xingang?

Sandy



Sandy lu

Jiaxing Joyan Houseware Product Co.,Ltd

Whatsapp: 86-15858388053

skype: [sandy@jeyang.com.cn](mailto:sandy@jeyang.com.cn)

Wechat: luyanfen1025

QQ: 2224771256

<http://jxboomjoy.en.alibaba.com>

#### ***5.1.1.2 Definición sistema de pago.***

La forma de pago establecida es 30 % transferencia internacional cuando se confirma el pedido y 70% restante se consigna al recibo de la mercancía en el puerto de origen (Shanghái), previo certificado de conformidad ( Certificado de inspección Pre-Embarque) de los productos de la empresa certificadora S.G.S o Bureau Veritas.

#### ***5.1.1.3 Confirmación del pedido.***

Se entenderá por confirmado el pedido después de que sea aprobado por la gerencia de la empresa Distribuciones MVM, luego de realizar la respectiva evaluación financiera y se realice el pago de conformidad del punto anterior.

#### ***5.1.1.4 Términos de garantía y postventa.***

Se pacta la posibilidad de realizar notas a crédito para próximos despachos, por averías o mal funcionamiento de los productos adquiridos.

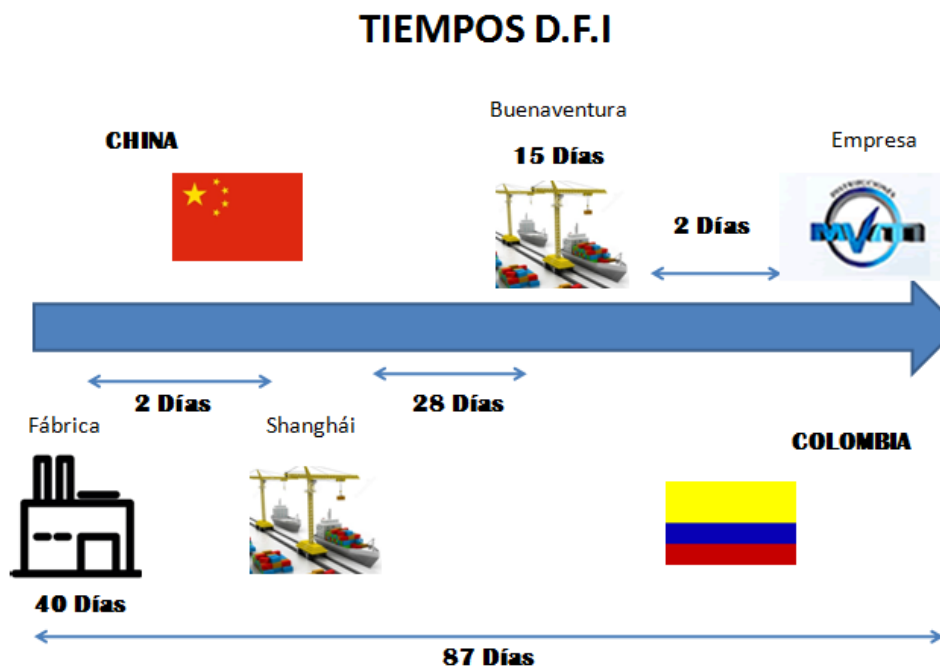
#### ***5.1.1.5 Contratación del medio de transporte.***

Contacto con el agente embarcador, verificación de tarifas, rutas y frecuencias, contratación y pago del flete.

### 5.1.1.6 Procedimiento Legal de la importación.

- ✓ Solicitud permisos de importación
- ✓ Contratación agente aduanero obligatorio si el valor de la importación es mayor a 30.000 USD, según Decreto 390 de Marzo 7 de 2016.
- ✓ Proceso de desaduanamiento: para realizar desaduanamiento el plazo máximo es 1 mes contado a partir de la llegada de la mercancía e iva al territorio nacional.( incluye inspecciones realizadas por entidades gubernamentales como Policía y Dian)
- ✓ Liquidación de impuestos aduaneros, arancel y pago.

### 5.1.1.7 Administración de inventarios.



### 5.1.1.8 Costos desde origen hasta Pereira



ORIGEN	SHANGHAI- XIAMEN - SHENZHEN
DESTINOS	BUENAVENTURA

De acuerdo a su solicitud, a continuación nos permitimos presentar nuestra oferta comercial de servicios para el transporte de la referencia.

TARIFA MARITIMA IMPORTACION FCL				
ORIGEN	DESTINO	20' STD	40' STD	T/TRANSITO DÍAS
SHANGHAI	BUENAVENTURA	USD 1200	USD 1550	28 Días aprox
XIAMEN	BUENAVENTURA	USD 1250	USD 1650	31 Días aprox
SHENZHEN	BUENAVENTURA	USD 1200	USD 1550	28 Días aprox

#### NOTA:

- Gastos en destino aproximadamente USD 300

SEGURO TRANSPORTE MERCANCIA	
TARIFA	MINIMA
0,45% sobre valor total de la factura, puede adicionar hasta el 20% de Lucro Cesante del valor declarado	USD 30,00 + IVA

---

Jesús les respondió: Os lo he dicho, y no creéis; las obras que yo hago en nombre de mi Padre, ellas dan testimonio de mí- San Juan 10- 25

A continuación se relaciona los gravámenes de la importación para cada referencia de producto, teniendo en cuenta las partidas arancelarias, lo anterior con la finalidad de determinar los costos del proceso de importación a través de la metodología más analítica y consecuente.

Gravamen para importaciones – 9603901000	
Concepto	Tarifa - Fórmula
GRAVAMEN ARANCELARIO	15 %

Gravamen para importaciones – 9603909000	
Concepto	Tarifa - Fórmula
GRAVAMEN ARANCELARIO	15 %

Gravamen para importaciones – 6307100000	
Concepto	Tarifa - Fórmula
GRAVAMEN ARANCELARIO	15%

Tabla 9 Gravámenes de la Importación por Producto<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Gravámenes de la Importación por Producto(«DIAN - MUISCA - OPERACION ADUANERA», s. f.)

A continuación se relaciona la utilidad máxima para cada uno de los productos a importar, teniendo en cuenta el costo unitario FOB por producto en dólares, obtenido de la cotización enviada por la empresa Boom Joy a una tasa de cambio de \$ 3100, obtenida como tasa proyectada en el Banco de la república, al mismo tiempo se calculo el costo unitario hasta Pereira en pesos teniendo en cuenta el costo FOB, el flete y el seguro internacional, el arancel, el agenciamiento de aduana, el reconocimiento e inspección de la Dian, el uso de Bodegajes, la coordinación logística, otros gastos contemplados y el flete terrestre; y a su vez analizando el precio de mercado de los artículos, producto de las bases de datos e información histórica de la empresa, se determinó la ganancia y seguidamente la utilidad máxima por referencia a importar.

#### MARGEN DE UTILIDAD POR PRODUCTO

Referencia	Costo Unitario FOB (US)	Costo Unitario FOB (\$)	Cantidad	Costo Total FOB	Costo Unitario en Pereira (\$)	Precio Unitario, precio de referencia mercado nacional (\$)	Ganancia	Utilidad
<i>Escoba Suave Arco</i>	4,66	\$14.446	1000	\$14.446.000	\$21.247	\$27.800	\$ 6.553	23,57%
<i>Mopa Industrial</i>	3,44	\$10.664	1000	\$10.664.000	\$15.684	\$30.750	\$15.066	48,99%
<i>Paño de Microfibra 500</i>	0,72	\$2.232	5000	\$11.160.000	\$3.283	\$2.850	\$0	0%
				\$36.270.000				

Tabla 10 Margen de utilidad por producto

En el anterior cuadro se refleja que la utilidad máxima hallada es 23,57% para la Escoba Suave Arco y 48,99% para la Mopa Industrial; se debe revisar la fijación de una utilidad un poco menor para impactar el mercado con precios más competitivos.

Utilidad	Precio de Venta (\$)
18%	\$ 25.911
35%	\$ 24.130

*Tabla 11 Margen de utilidad competitiva*

En el anterior cuadro se muestra el precio de venta establecido para los dos productos a importar con un margen de contribución o utilidad igual a 18% para la escoba suave arco y 35% para la mopa industrial, porcentajes que permite obtener un precio de venta más competitivo en el mercado, manteniendo una utilidad representativa.



IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES  
**VALMAR S.A.S.**

Buenaventura, 14 de Noviembre de 2016

SEÑOR:  
FELIPE OBANDO  
VALENCIA  
DISTRIBUCIONES MVM S.A

**ASUNTO: SOLICITUD GASTOS DE NACIONALIZACION**

POR MEDIO DE LA PRESENTE ME PERMITO INFORMAR LOS GASTOS DE NACIONALIZACION CORRESPONDIENTES A LA IMPORTACION EN REFERENCIA



Importador	DISTRIBUCIONES MVM S.A	
Productos	Aseo	
Cantidad	Cont. 20'	
Peso total	2878	Kilos
Volumen Total	29,9	M3
Tasa de Cambio	3100	

COSTO FOB	\$	36.270.000,00
FLETE INTERNACIONAL	\$	3.720.000,00
SEGURO INTERNACIONAL	\$	310.000,00
<b>VALOR CIF</b>	<b>\$</b>	<b>40.300.000,00</b>
ARANCEL	\$	6.045.000,00
IVA	\$	7.415.200,00
AGENCIAMIENTO ADUANA	\$	650.000,00
RECONOCIMIENTO/INSP. DIAN	\$	2.000.000,00
COSTO PORTUARIO	\$	1450.000,00
OTROS GASTOS	\$	300.000,00
TOTAL PUERTO	\$	58.160.200,00
 FLETE TERRESTRE	 \$	 2.600.000,00
<b>TOTAL PEREIRA</b>	<b>\$</b>	<b>60.760.200,00</b>

**NOTA: ESTOS GASTOS SERAN COBRADOS SI SON GENERADOS, SI EL CLIENTE DECIDE NO HACER PREINSPECCION FAVOR PRESENTAR CARTA DE RESPONSABILIDAD ANTE LA SIA. FAVOR CONSIGNAR EN LA CUENTA DE AHORRO No 198-232712 DEL BANCO BBVA A NOMBRE DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES VALMAR SAS O BANCOLOMBIA CUENTA DE AHORRO NO 842-223885-61**

ATENTAMENTE,

**CRISTIAN AGUIRRE SEGURA**

[gerenciavalmarsas@gmail.com](mailto:gerenciavalmarsas@gmail.com)

**DPTO. DE COMERCIO EXTERIOR**

El siguiente cuadro se genera dado que el IVA es un impuesto descontable, razón por la cual no se tiene en cuenta en los costos sino en el flujo de caja.

IVA (16%)				
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	IVA PAGADO	IVA RECAUDADO	PAGO DESCONTABLE
<i>Escoba Suave Arco</i>	\$ 25.911	\$ 2.953.404,44	\$ 4.145.719,41	\$ 1.192.314,96
<i>Mopa Industrial</i>	\$ 24.130	\$ 2.180.195,56	\$ 3.860.761,08	\$ 1.680.565,52
<i>Paño de Microfibra 500</i>	\$ 3.283	\$ 2.281.600	\$ 2.626.215,38	\$ 344.615,38

Tabla 12 Impuesto IVA

Los valores representados en la columna Diferencia, hacen referencia al pago real del impuesto IVA que se efectúa a la DIAN, en el caso de la escoba Suave Arco no hay pago a la Dian, por el contrario se presenta un valor a favor de la empresa.

## Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

### 6.1 Conclusiones

- ✓ Después de analizar los términos ICONTERMS se determinó que el término de negociación a emplear es FOB ya que este término permite gestionar algunos costos de la cadena logística y conserva un poder representativo en la misma.

- ✓ En desarrollo del análisis cuantitativo correspondiente a la Matriz de selección de país objetivo, se evidencio que el país con mejores factores macroeconómicos, precios de fabricación, frecuencia de buques, costo de fletes comparados con E.E.U.U es China.
- ✓ En la realización del análisis cualitativo donde se examinó la situación económica actual, la apertura comercial y ventajas logísticas de los países, como también el potencial exportador y de fabricación de productos de este sector, se concluyó que el país con mejor perfil exportador es China, en relación al rápido crecimiento de su economía, su ritmo de expansión, su tasa de crecimiento en consumo y su cambio social.
- ✓ A futuro se prevé que China será objeto de procesos revaluacionistas lo cual se traslada en una disminución de precios internacionales.
- ✓ Se evidencio que por ser el IVA un impuesto descontable, no se tiene en cuenta en los costos sino en el flujo de caja.
- ✓ Se determino que los porcentajes de utilidad para la escoba suave arco y la mopa industrial son bastante atractivos y representa una oportunidad de negocio; caso contrario para el producto: paños de microfibra 500, en los cuales se evidencio que el costos del producto en Pereira es superior a los precios de venta del Mercado.
- ✓ El costo total de la importación hasta la ciudad de Pereira equivale a \$ 60.760.200.

## **6.2 Recomendaciones**

- ✓ Dado que el tiempo DFI para la realización del pedido es de 87 días, 40 días por parte del proveedor para entregar el pedido, 2 días de tránsito entre la fábrica y el puerto de origen, 28 días entre puerto de origen y puerto destino, 15 días de tránsito en el puerto destino, 2 días en

el transporte interno hasta la Ciudad de Pereira, se recomienda realizar pedido con antelación de 100 días (Imprevisto).

- ✓ Importar los artículos suave arco y mopa industrial, ya que presentan utilidades, especialmente las mopas Industriales, producto que presenta una gran ventaja competitiva en precios.
- ✓ Dado que el resultado obtenido de la viabilidad económica para el producto Paños de microfibra 500 no es rentable , se recomienda excluir este producto del proceso de importación.
- ✓ Estudiar la posibilidad de aumentar la cantidad de escobas y mopas para completar el contenedor cotizado.
- ✓ Importar los artículos suave arco y mopa industrial, ya que presentan utilidades positivas, especialmente las mopas Industriales, producto que presenta una gran ventaja competitiva en precios.
- ✓ Adelantar importaciones con el producto paños de microfibra 500, ya que el margen de contribución resultante es negativo, por ende no representa ninguna ventaja competitiva ni oportunidad de negocio para la empresa.
- ✓ Utilizar el puerto de Shanghái ya que es uno de los puertos con mayor frecuencia de despachos y costos logísticos competitivos.
- ✓ Tener como segunda opción de país objetivo y socio potencial para adelantar negociaciones a Estados Unidos.
- ✓ Realizar la negociación siempre y cuando la tasa de cambio sea igual o menor a 3100, para obtener altos márgenes de contribución y ventajas competitivas.

- ✓ Utilizar los siguientes precios de venta : \$ 25.911 para la escoba suave arco y \$ 24.130 para la mopa industrial, ya que estos precios de venta presentan ventajas competitivas en el mercado y comprenden una utilidad significativa para la empresa.

### **Bibliografía**

- Acuerdos Comerciales y de Inversión. (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de <http://www.tlc.gov.co/>
- Consulta de la Norma: (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5968>
- Correo - www.LegisComex.com. (s. f.). Recuperado 6 de agosto de 2016, a partir de <http://www.legiscomex.com/Comunicacion/r/rep-comercio-internacional-ene19-2011/rep-comercio-internacional-ene19-2011.asp?paisingreso=col>
- DEFINICIÓN DE EMPRESA - PromoNegocios.net. (s. f.). Recuperado 20 de febrero de 2016, a partir de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html#notas>
- Definición de Importación. (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de <http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>
- DIAN - MUISCA - OPERACION ADUANERA. (s. f.). Recuperado 23 de noviembre de 2016, a partir de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>
- Diapositiva 1 - PresentaNuevaRegulacionAduanera8demarzo.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2016/Decretos/PresentaNuevaRegulacionAduanera8demarzo.pdf>
- Diapositiva 1 - Tramites en Comercio Exterior y Normas Origen TLC USA.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.procolombia.co/sites/default/files/Tramites%20en%20Comercio%20Exterior%20y%20Normas%20Origen%20TLC%20USA.pdf>

Economía de Estados Unidos | El Economista. (s. f.). Recuperado 16 de agosto de 2016, a partir de

<http://eleconomista.com.mx/economia-estados-unidos>

Enciclopedia y Diccionario de Economía - Wirtschaftslexikon. (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2016, a

a partir de <http://www.economia48.com/>

INCOTERMS incoterms terminos de negociacion en comercio exterior businesscol. (s. f.). Recuperado 10

de marzo de 2016, a partir de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

Inicio - Invima. (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de <https://www.invima.gov.co/>

Latexport, látex, láminas, productos de látex,. (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de

<http://www.latexport.com/latexpor/pg1385/sp/httpwwwlatexportcomlatexporpg1385spancla#ancla>

Logistica\_de\_Exportaciones\_a\_México.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de

[http://www.procolombia.co/sites/default/files/Logistica\\_de\\_Exportaciones\\_a\\_M%C3%A9xico.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/Logistica_de_Exportaciones_a_M%C3%A9xico.pdf)

Marco Legal Salud Ocupacional En Colombia ~ GESTORES EMPRESARIALES (Emprendimiento

Eficaz). (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de

<http://empresarialefectivo.blogspot.com.co/2013/06/marco-legal-salud-ocupacional-en.html>

Metodología de la Investigación. (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2016, a partir de [http://www.aniorte-](http://www.aniorte-nic.net/progr_asignat_met_investigac4.htm)

[nic.net/progr\\_asignat\\_met\\_investigac4.htm](http://www.aniorte-nic.net/progr_asignat_met_investigac4.htm)

Microsoft Word - DECRETO 2685 DE 1999 - Dec2685\_1999.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de

[http://www.sic.gov.co/recursos\\_user/documentos/normatividad/Dec2685\\_1999.pdf](http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Dec2685_1999.pdf)

Microsoft Word - el\_proceso\_de\_investigacion - el\_proceso\_de\_investigacion.pdf. (s. f.). Recuperado a

a partir de

[http://gent.uab.cat/diego\\_prior/sites/gent.uab.cat.diego\\_prior/files/el\\_proceso\\_de\\_investigacion.pdf](http://gent.uab.cat/diego_prior/sites/gent.uab.cat.diego_prior/files/el_proceso_de_investigacion.pdf)

Mostrador, E. (s. f.). China, segunda potencia mundial. Recuperado 25 de noviembre de 2016, a partir de <http://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2010/08/27/china-segunda-potencia-mundial/>

Niño, E. A. L. (2015). Política Externa Para La Integración Fronteriza a Partir Del Caso De La Triple Frontera Brasil, Colombia Y Perú En Los Gobiernos De Lula, Uribe Y García (2006-2011)/Foreign Policy for Border Integration in the Case of the Triple Border Between Brazil, Colombia and Peru Under the Governments of Lula, Uribe and Garcia (2006-2011). *Análisis Político*, 28(83), 44-56.

Página desconocida - Santandertrade.com. (s. f.). Recuperado 15 de octubre de 2016, a partir de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estadohttps://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exteriors-unidos/cifras-comercio-exterior>

Política Comercial de México. (s. f.). Recuperado 15 de octubre de 2016, a partir de [http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu\\_mexico/trade\\_relation/20140106regional\\_trading\\_environment\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu_mexico/trade_relation/20140106regional_trading_environment_es.htm)

Portal de Exportaciones - Colombia Trade. (s. f.). Recuperado 25 de junio de 2016, a partir de <http://www.colombiatrader.com.co/>

PROVEER S.A.S. INSTITUCIONAL. (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2016, a partir de <http://www.proveer.com.co/>

Que Es Comercio Exterior. (s. f.). Recuperado 10 de marzo de 2016, a partir de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioriyaduanas/116-que-es-comercio-exterior>

¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto? • GestioPolis. (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2016, a partir de <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Tipos de investigación. (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2016, a partir de <https://es.scribd.com/doc/14985751/Tipos-de-investigacion>

Trade Map - Trade statistics for international business development. (s. f.). Recuperado 26 de junio de 2016, a partir de <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Dane, "Productividad, competitividad e internacionalización de la economía", Santafé de Bogotá, 1996

## **Anexos**

Anexo 1. Matriz de selección de países perteneciente al Análisis cuantitativo.